

Treball de fi de grau

Títol

AutorDe

XXXXX TutorDe

Grau

Data

## Full Resum del TFG

**Títol del Treball Fi de Grau:**

**Autor/a:**

**Tutor/a:**

**Any:**

**Titulació:**

**Paraules clau (mínim 3)**

**Català:**

**Castellà:**

**Anglès:**

**Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)**

**Català:**

**Castellà:**

**Anglès**

# **PLA EMPRESARIAL BODEGA VIENEDÈS**

**Vienedès, la nova bodega de vi del Penedès**



vienedès

Joan Estruch Rovira

Treball de Fi de Grau de Periodisme

Tutora: Marta Sabater Casals

Curs: 2017-2018

**Més junts del que ningú no sabrà mai,  
alcem les dues copes amb el cava.  
Veiem la nostra llum, cadascú als ulls de l'altre.  
Un home i una dona, en un instant,  
poden equivocar-se.  
Però l'instant no tornarà mai més.**

Brindis, de Joan Margarit



## Índex

1. Resum executiu i descripció general de l'empresa.....	Pàg. 4
2. El pla de màrqueting.....	Pàg. 6
• Anàlisi del Mercat Objectiu.....	Pàg. 7
• Selecció del Públic Objectiu.....	Pàg. 35
• Definició dels Objectius Comercials.....	Pàg. 37
• Estratègies de Màrqueting.....	Pàg. 40
3. Pla d'Operacions.....	Pàg. 46
• Pla de Producció.....	Pàg. 47
• Resum de recursos de producció i costos.....	Pàg. 50
• Organigrama.....	Pàg. 66
4. Pla Financer.....	Pàg. 69
• Pressupost de Capital.....	Pàg. 70
• Pressupost d'explotació.....	Pàg. 72
5. Estructura jurídica-econòmica i tràmits de constitució.....	Pàg. 73
6. Conclusions .....	Pàg. 75
7. Bibliografia.....	Pàg. 77

## 1. Resum executiu i descripció de l'empresa

Vienedès és una nova bodega de vi de l'Alt Penedès que intenta ser diferent de la seva competència a través d'un producte de qualitat, ja que elabora tot el procés del vi, des dels seus inicis fins al producte acabat, amb una maquinària òptima. A Vienedès produïm vi blanc, vi rosat i vi negre que serà venut a botigues especialitzades d'arreu del territori català i també es vendrà per internet a través de la nostra pàgina web.

El nostre públic objectiu són homes i dones entre 35 i 69 anys, acostumats a comprar per Internet, i residents a ciutats majors de 100.000 habitants. Vienedès neix amb l'objectiu de consolidar-se com a bodega de vi al territori català, i en un futur a Espanya i a l'estranger, amb l'ajuda de 9 professionals que formaran part de la columna vertebral d'una bodega que serà una Societat Limitada.

Des de la direcció s'ha apostat per gent jove, amb ganes d'innovar i amb energia per lluitar i tirar endavant un projecte que sabem que és arriscat, però sense por per apostar per uns objectius dels quals hi creiem fermament. Les xarxes socials i la comunicació constant amb el client serà part important de la nostra feina, per això la Directora de Comunicació tindrà una tasca imprescindible. Som gent amb ganes de fer-nos conèixer i per això organitzarem jornada de portes obertes, anirem a les escoltes de viticultors més importants de la zona i farem una gran promoció a les xarxes socials. Esperem que el resultat sigui positiu. Tot i això, sabem que el primer any acabarà amb pèrdues. La inversió inicial de l'empresa serà a partir d'aportacions del President de Vienedès, de 20.000€, sumat a un préstec bancari i a subvencions de la Generalitat de Catalunya, que sumará un total de 69.059,91€.

La nostra empresa es diu Vienedès perquè volem portar el segell marcat de la nostra comarca i de la vinya, d'aquí la combinació de "Penedès" i "Vi". Per això, formarem part de la DO Penedès. Per nosaltres és un orgull i una exigència més per superar les seves proves de qualitat.

Sabem que el primer any acabarem amb pèrdues, i tal com mostra el nostre pressupost d'explotació, seran unes despeses molt elevades de fins a 225.808,91€. Malgrat això, els resultats ens mostren que anirem creixent any rere any i nosaltres en som conscients. El gran objectiu principal primer és fidelitzar el nostre públic per obtenir beneficis a partir del segon any i anar cobrint la inversió inicial i les pèrdues del primer exercici econòmic. De totes maneres, la nostra gran motivació per intentar cobrir a un públic molt ampli, i fins i tot elaborar tot el procés del vi ens ha sortit a un preu més elevat del que creiem en un principi.

## **2. PLA DE MÀRQUETING**



## **A. Anàlisi del Mercat Objectiu**

### **Delimitació geogràfica del mercat objectiu**

L'àrea geogràfica d'influència de la nostra empresa començarà tenint com a punt de partida Catalunya, evolucionant al llarg del temps fins a arribar a cobrir la resta del territori espanyol. Durant la fase introductòria del nostre producte, el mercat objectiu estarà centrat a Catalunya, ja que la bodega ha nascut aquí i per tant l'objectiu és, primer de tot, fidelitzar a una xifra raonable de consumidors que ens permeti eixamplar la nostra àrea geogràfica amb garanties. Ens volem identificar amb les terres catalanes, creiem que el vi i la vinya és part fonamental de la cultura catalana i aquest missatge el volem transmetre per fer-nos forts, primer, al nostre territori.

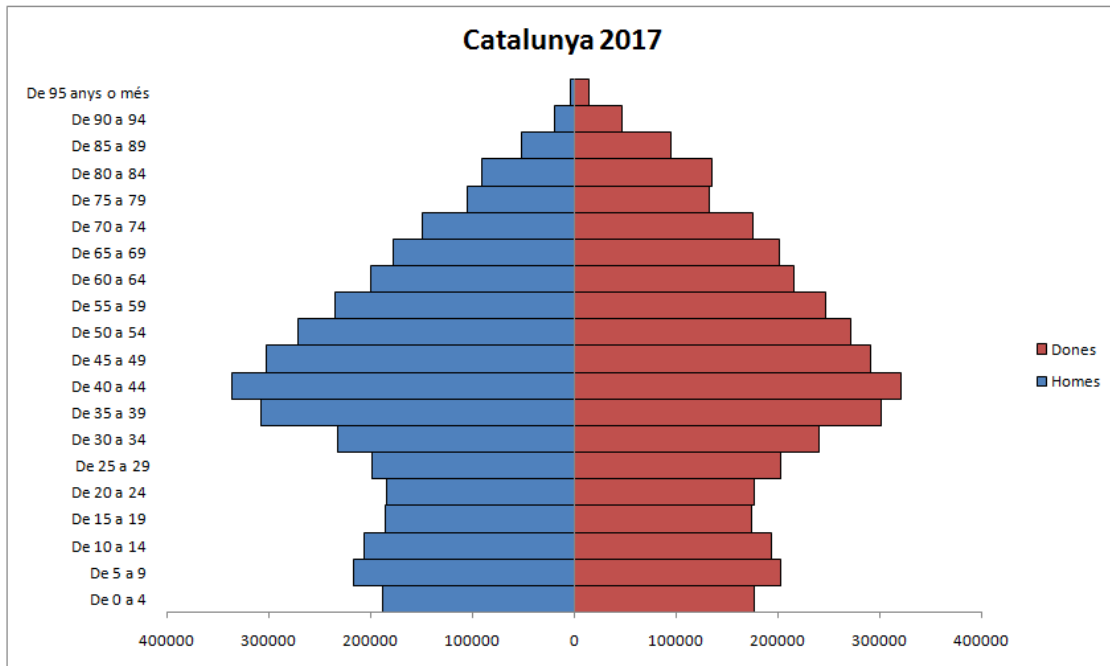
Una vegada entrats en la fase de creixement, l'objectiu principal serà tenir una presència més o menys contundent arreu del territori espanyol, començant a fidelitzar els públics de tot el país, per tal de seguir creixent com a empresa. A Espanya no volem entrar a competir amb els vins de la Rioja però sí que volem ser coneguts arreu de l'estat com un vi de la DO Penedès. Per últim, durant la fase de maduresa, el repte serà aconseguir ja un públic estranger per intentar obrir nous mercats i expandir-nos.

### **1. Demanda, segmentació de mercat i de consumidors**

#### **Estudi de població**

La població total a Catalunya és de 7.496.276 persones dividides en quatre províncies, Barcelona, Tarragona, Lleida i Girona amb un total de 32.108 km<sup>2</sup>.

**Taula 1:** Piràmide de població de Catalunya l'any 2017



Font: IDESCAT

Tal com podem observar a la piràmide, a Catalunya hi ha un total de 3.673.224 homes i 3.823.052 dones, segons dades de l'IDESCAT.

**Taula 2:** Població catalana per edats i sexe.

	AMBDÓS SEXES	HOMES	DONES
<b>15-34 anys</b>	1.606.971	807.636	799.335
<b>35-54 anys</b>	2.406.847	1.219.670	1.187.177
<b>55-74 anys</b>	1.601.853	762.670	839.183

Font: Elaboració pròpia amb dades d'IDESCAT

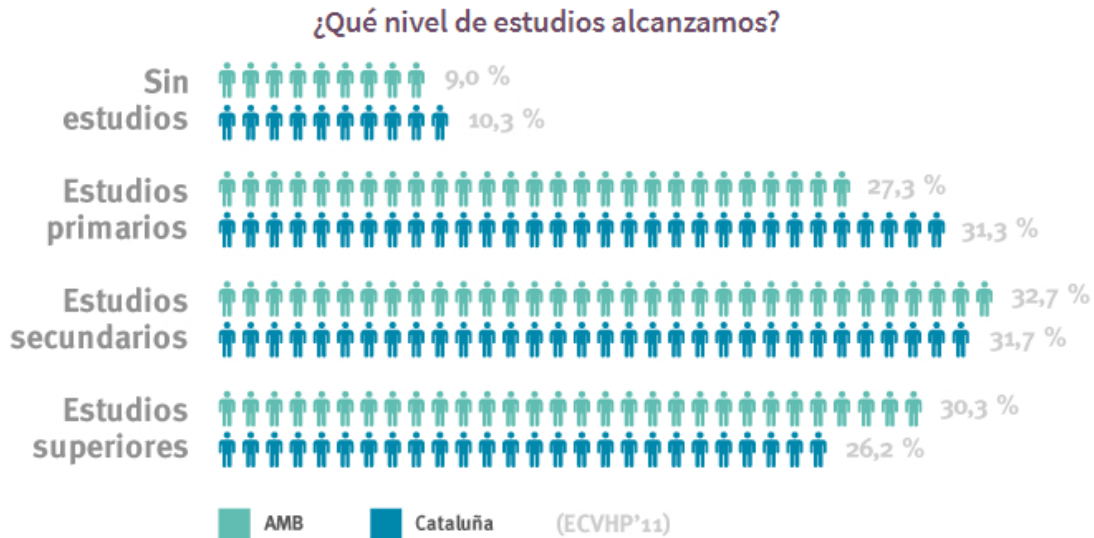
Catalunya està formada per 42 comarques que podem observar en el següent mapa:

**Taula 3:** Mapa de Catalunya dividit per comarques.



**Font:** Diari Ara

L'àrea metropolitana de Barcelona és la zona més ocupada de Catalunya, amb més de 5,5 milions de persones, segons dades de la mateixa Àrea Metropolitana de Barcelona (AMB), de les quals, el 51,5% són dones. L'esperança d'edat en aquesta zona de Catalunya pels homes és de 79 anys, mentre que l'esperança d'edat de les dones supera els 85 anys. En el següent gràfic observem els nivells d'estudis de la població d'aquesta zona geogràfica i podem comprovar que, a l'Àrea Metropolitana de Barcelona, en comparació amb la resta de Catalunya, hi ha més estudis secundaris.

**Taula 4:** Nivell estudis a l'ÀMB en comparació amb la resta de Catalunya


Font: ÀMB amb dades d'IDESCAT

De totes maneres però, anem a segmentar les 42 comarques de Catalunya per la seva població:

**Taula 5:** Comarques de Catalunya i la seva població l'any 2018

COMARCA	POBLACIÓ	COMARCA	POBLACIÓ
<b>Alt Camp</b>	44.038	<b>Gironès</b>	183.693
<b>Alt Empordà</b>	136.522	<b>Moianès</b>	13.193
<b>Alt Penedès</b>	106.438	<b>Montsià</b>	68.028
<b>Alt Urgell</b>	20.220	<b>Noguera</b>	38.300
<b>Alta Ribagorça</b>	3.840	<b>Osona</b>	154.783
<b>Anoia</b>	118.405	<b>Pallars Jussà</b>	13.075
<b>Aran</b>	9.850	<b>Pallars Sobirà</b>	6.896
<b>Bages</b>	173.724	<b>Pla d'Urgell</b>	36.850
<b>Baix Camp</b>	188.657	<b>Pla de l'Estany</b>	31.577
<b>Baix Ebre</b>	77.606	<b>Priorat</b>	9.285
<b>Baix Empordà</b>	130.737	<b>Ribera d'Ebre</b>	21.885
<b>Baix Llobregat</b>	807.796	<b>Ripollès</b>	24.889

<b>Baix Penedès</b>	100.366	<b>Segarra</b>	22.374
<b>Barcelonès</b>	2.226.828	<b>Segrià</b>	204.549
<b>Berguedà</b>	38.926	<b>Selva</b>	165.763
<b>Cerdanya</b>	17.756	<b>Solsonès</b>	13.463
<b>Conca de Barberà</b>	20.061	<b>Tarragonès</b>	250.795
<b>Garraf</b>	145.257	<b>Terra Alta</b>	11.530
<b>Garrigues</b>	19.017	<b>Urgell</b>	35.870
<b>Garrotxa</b>	55.141	<b>Vallès Occidental</b>	908.026
<b>Maresme</b>	438.447	<b>Vallès Oriental</b>	401.820

**Font:** Elaboració pròpia amb dades d'IDESCAT

### ○ **El consum de vi i les seves Denominacions d'Origen**

Segons informa l'Institut Català de la Vinya i el Vi (INCAVI), el vi i el cava representen el tercer sector més important de la indústria agroalimentària catalana amb uns ingressos d'explotació que superen els 1.100 milions d'euros, i unes vendes netes de més de 1.000 milions d'euros anuals. Catalunya ocupa el primer lloc de vendes, amb un total del 23% respecte al total de vendes del conjunt de l'Estat espanyol. Pel que fa al comerç exterior, Catalunya exporta més de 490 milions d'ampolles de vi i de cava a més de 140 països, sobretot d'Europa, Amèrica i Àsia. El vi és un dels ambaixadors més importants de les nostres terres, de la nostra forma de viure i de la nostra identitat.

El vi ha passat a ser un dels productes estrella per al consumidor (se'n beuen una mitjana de 32,7 litres a l'any). En els últims anys, el vi ha esdevingut objecte d'investigacions científiques per l'Organització Mundial de la Salut (OMS) que apunten que, el vi de qualitat consumit en moderació i durant els àpats, contribueix al benestar de les persones. Aquestes investigacions han adjudicat al vi com un aliment més de la Dieta Mediterrània.

El sector del vi a Catalunya té una estructura molt sòlida i competitiva, amb més de 780 cellers embotelladors, i pel qual treballen més de 25.900 persones,

ja sigui a la vinya, als cellers o al sector serveis. A Catalunya existeixen 12 Denominacions d'Origen en total, que l'INCAVI les defineix d'aquesta manera:

- **DO Alella:** És la més petita de les Denominacions d'Origen catalanes, però una de les més antigues i peculiars. Aquesta DO sempre ha estat vinculada a l'evolució urbana sent, elaborant, per tradició, el vi dels barcelonins.
- **DO Catalunya:** El creixement sostingut d'aquesta DO continua i s'expandeix tant als mercats exteriors com al nacional: més de 40 milions d'ampolles a més de 100 països. La DO Catalunya és una menció que afavoreix l'experimentació i l'oferta de vins elaborats amb una gran diversitat de varietats de raïm, en un territori ampli per al conreu de vinya i una matèria primera de gran qualitat.
- **DO Cava:** La zona de producció de cava està constituïda per municipis de set comunitats autònomes: Catalunya, La Rioja, València i Extremadura; no obstant això, el 95% de la producció total es concentra a Catalunya.
- **DO Conca de Barberà:** És una comarca de tradició vinícola antiquíssima marcada pels monestirs medievals i pel cooperativisme agrari de principis del segle XX. Des de 1989, quan es va crear aquesta DO, s'ha apostat per una modernització de la seva producció amb importants inversions en cellers i vinya. La tendència d'aquesta DO és la incorporació de vins negres de gran qualitat que conviuen amb l'oferta de vins blancs i dels rosats elaborats amb la varietat autòctona de la Conca, el trepat.
- **DO Costers del Segre:** Denominació de la demarcació de Lleida constituïda per les subzones d'Artesa, Vall del Riu Corb, les Garrigues, el Pallars Jussà, Raimat i Segrià. Caracteritzada per l'aplicació de tecnologia avançada i per la innovació, aquesta DO està portant a terme una reconversió varietal i aposta per varietats com l'ull de llebre, el cabernet sauvignon, la garnatxa i també el sirah i el merlot.
- **DO Empordà:** Nous cellers inscrits en aquesta DO que, junt amb els que ja hi havia, s'estan adaptant amb molt d'èxit a les noves tendències tecnològiques del moment. S'està treballant en el pla de reestructuració de la vinya, posat en marxa pel DARP, que està comportant una reconversió varietal i una millora de les tècniques de conreu.

- **DO Montsant:** És la DO catalana més jove i ha aconseguit, en poc temps, situar-se en un lloc destacat del mercat. La DO Montsant envolta la DO Priorat, amb qui es reparteix la comarca, tot i que també abasta algunes zones de la Ribera d'Ebre. Cooperatives gairebé centenàries i Cellers moderns, joves enòlegs molt preparats, una producció escassa però d'alta qualitat, i diversitat de sòls que aporten els seus matisos a les varietats autòctones, Garnatxa i Carinyena, són els tres diferenciadors d'aquesta regió vinícola.
- **DO Penedès:** El Penedès sempre ha estat una regió vinícola puntera en tecnologia, amb enòlegs, professionals i cellers en constant renovació. És una DO que ha estat catalogada com a elaboradora de vins blancs, però, en aquests darrers anys està experimentat una important revolució amb l'elaboració de vins negres de gran qualitat admirats per sommeliers i experts de tot el món.
- **DO Pla de Bages:** És una DO amb poques hectàrees de vinya, però on prima, per sobre de tot, la qualitat. Del Pla de Bages es distingeix la recuperació aquests darrers anys del picapoll, una varietat autòctona que tant pot ser blanca com negra, amb un gra molt petit.
- **DO Priorat:** Està vivint una evolució meteòrica en els últims deu anys: nous cellers, joves emprenedors i tècnics amb molt bona preparació treballen per continuar sent una DO referenciada.
- **DO Tarragona:** És la més degana de les DO catalanes amb una important producció de vins licorosos de gran qualitat, entre ells els anomenats Tarragona Clàssic. Destaca l'aparició en els últims anys de vins negres que conviuen amb els històrics blancs i rosats.
- **DO Terra Alta:** L'afany de modernització de cellers, viticultors i enòlegs fa que en aquesta DO s'elaborin uns vins de gran qualitat: els rosats molt afruitats, els blancs amb una acidesa baixa i uns vins negres que destaquen pel seu cos i el seu color pujat.

Segons dades de l'INCAVI a partir de l'anàlisi elaborat per l'informe Nielsen, els catalans han consumit més vi català i més cars durant el 2017. La quota de mercat de vins amb DO catalana ha crescut a Catalunya un 2,52% respecte a

l'any anterior. El consum de vi amb DO catalanes segueix sent superior en el sector de l'alimentació que de l'hostaleria: el sector de l'alimentació ha concentrat unes vendes de 56.131 litres de vi, mentre que el sector de l'hostaleria ha comercialitzat 33.466 litres de vi. No obstant això, l'any 2017 va ser el sector de l'hostaleria qui va créixer més respecte a l'any anterior, amb un increment de vi de DO catalanes d'un 4,56%, mentre que el sector de l'alimentació l'increment va ser d'un 3,59%.

A més a més, durant el 2017, els vins catalans van superar en volum de vendes als vins de la Rioja (els més venuts d'Espanya), en els restaurants i també a les botigues i supermercats. I és que segons EAE School Business, els canals de distribució del vi es poden dividir en tres grans grups: supermercats (65,7%), hipermercats (15,6%) i botigues especialitzades (7,2%). El 11,5% restant correspon a altres canals, entre els quals incloem les vendes en línia.

Pel que fa a les diferents DO catalanes, el consum dins el territori català és variat. La quota de mercat a Catalunya és liderada per la Denominació d'Origen Catalunya (11,79% de quota), seguida per la DO Penedès (10,91%), Terra Alta (3,43%), Costers del Segre (2,70%) i Montsant (2,39%).

Un vi que pot ser o negre, rosat o blanc. Doncs bé, la majoria del consum és vi negre, amb un consum mitjà 31,1 litres per persona a l'any. En segon lloc, es beu vi blanc. El vi blanc és de 12,1 litres per consumidor a l'any, mentre que el de cava és de 6 litres anuals. El vi rosat té un consum de mitjana d'uns 9,2 litres anuals per consumidors.

Pel que fa a les edats, el 52% de les persones entre 18 i 34 anys beuen vi. El consum entre la gent de 35 a 54 anys augmenta al 59% mentre que la gent amb més de 54 anys arriba al 67%.



- **Poder adquisitiu del territori i ús del comerç electrònic**

Catalunya és de les comunitats autònomes amb menys atur del territori espanyol, fixat en un 12,6% de la població, segons l'EPA. Un fet que va lligat al gran poder adquisitiu de Catalunya, que és juntament amb Madrid, les comunitats autònomes amb el poder adquisitiu més alt de la seva població. Això va lligat també al nivell d'estudis que té la ciutadania, que com ja hem vist a la taula 4, el 26,2% de la població catalana té estudis superiors.

Tot això serveix per entendre la cultura que hi ha avui en dia de compra els productes mitjançant Internet. Segons un estudi realitzat per la consultoria J3B3 Economics, assenyala que el 23% dels comerços catalans ja utilitza el comerç electrònic. Per províncies, a Barcelona el percentatge de comerços que utilitza Internet com a canal de venda és del 27%, seguit de Girona (24%), mentre que Tarragona (12,8%) i Lleida (14,5%) queden enrere. I és que la majoria d'ells aconseguixen un 10% de la facturació a partir d'aquest canal.

Segons un informe d'Uvinum, el mòbil és el dispositiu preferit per comprar vins a Internet i ja acapara el 20% del total de vendes a Catalunya. A més a més, aquest informe detalla que els usuaris compren vins de dimarts a dijous durant les hores de menjar. Aquest informe explica quins són els punts geogràfics on la gent utilitza més el mòbil per comprar mitjançant Internet. Entre aquestes ciutats destaca Barcelona, amb un públic d'entre 35 i 65 anys, localitzats en les ciutats de més de 200.000 habitants.

Pel que fa a la situació econòmica a Espanya, la situació és positiva i en constant creixement. L'increment del poder adquisitiu, en algunes famílies, no ha modificat el seu hàbit de diversificar la seva compra, al contrari, l'ha augmentat. Aquesta millora implica un augment del temps d'oci i particularment en sortides a menjar fora de casa.

El comerç electrònic va augmentant any rere any. Així ho demostren les dades del 2017, especialment els recollits per l'últim informe del Consell Econòmic i Social (CES):

- Un terç de la població a Espanya efectua les seves compres a través d'Internet.
- Un 40% dels espanyols realitza compres per Internet de forma habitual (tots els mesos).
- Espanya és el quart país de la Unió Europea en el rànquing de vendes en línia. Només el superen Regne Unit, Alemanya i França.
- Des de 2007 i tot i la crisi econòmica, l'evolució és significativa: s'han triplicat les vendes en línia.
- Els perfils més freqüents en l'ús d'Internet són homes d'entre 35 i 49, de classe social mitjana-alta, amb estudis universitaris i residents a ciutats de més de 200.000 habitants; i dones d'entre 35 i 49, amb treball a temps complet i de classe mitjana i sense nens. Dos perfils que compten amb un gran potencial de creixement en les pròximes dècades, no només per factors com l'arribada dels Millenials<sup>1</sup> i l'increment de la Generació NoMo<sup>2</sup> sinó també perquè encara prop d'una cinquena part de la població adulta no fa servir Internet i una tercera part dels que ho fan no posseeixen habilitats digitals o bé els seus coneixements són molt baixos.
- La venda a través de Xarxes Socials com Facebook o Instagram experimentarà també un creixement en els pròxims anys. D'aquesta manera, les possibilitats de la web són cada vegada més grans.

Tot i això, els factors més importants a l'hora d'anar a comprar, avui en dia, són la proximitat, el preu i la qualitat. Per aquest ordre són els factors principals que un consumidor té en compte a l'hora de decidir l'establiment on realitzar les seves compres. Al consumidor li agrada comprar a prop de casa amb una bona relació qualitat / preu.

La qualitat, seguida del preu del producte són els dos factors principals a l'hora de decidir la compra d'un producte. El 69% dels consumidors decideixen la

---

<sup>1</sup> L'arribada dels Millenials engloba els nascuts entre el 1980 i el 2000, però sense tenir aquests anys com a barreres estrictes. El tret més distintiu és l'ús massiu de la tecnologia. No tots han nascut amb ella, però sí ha acompanyat el seu creixement i inclusió en la vida adulta.

<sup>2</sup> Abreviatura del anglès 'No Mother', i es tracta de la tendència comú de tots els països occidentals que, entre un 25% i un 30% de les dones no seran mares, un canvi sociològic brutal que ha succeït en les últimes dècades.

compra dels productes sobre la base de la qualitat (42%) i al preu (27%), segons dades de l'Informe Nielsen. Això consolida el binomi qualitat-preu, nascut dels moments de crisi més intensos i que va suposar un punt d'inflexió per al consumidor que es va tornar més responsable amb la seva decisió de compra, buscant l'eficiència i l'equilibri.

## Empreses i institucions

Amb el nostre producte hi haurà dos tipus d'empreses que puguin estar interessats amb el nostre producte:

- **Botigues especialitzades:** les botigues especialitzades es troben concentrades arreu del territori català. Hi ha una gran varietat de botigues especialitzades a la zona de Girona com ara Xerigots Girona, Colmado l'Estuca, Simfonia, Can Batet i El Petit Paradís. A Barcelona és on hi ha un gran nombre més concentrat de botigues especialitzades, el Taps de Barcelona, Sentits BCN de Barcelona, DO Barcelona, el Celler de la Boqueria de Barcelona, la Vinoteca de Barcelona, Boadas i Maridame, per exemple. A la nostra zona, la de l'Alt Penedès, destaquem una botiga especialitzada: Cal Ferú de Sant Sadurní d'Anoia. Per altra banda, també caldria destacar altres botigues especialitzades arreu del territori català: VinoVi Vinoteca de Tarragona, Culinarium de Tarragona i la Vinicia de Lleida.
- **Pàgines webs:** destaquen dues pàgines webs especialitzades en el comerç electrònic de vi:
  - [www.Vinissimus.com](http://www.Vinissimus.com) → pàgina web especialitzada a vendre tot tipus de vins i de caves.
  - [www.totvi.cat](http://www.totvi.cat) → botiga de vins, caves i licors amb predomini de productes catalans distribuïts per DO.

- [www.Bodeboca.com](http://www.Bodeboca.com) → especialitzat en vins de la DO Rioja, falta entrar al mercat de la DO Catalunya.
- [www.lavinia.es](http://www.lavinia.es) → botiga en línia especialitzada en vins de tot el territori espanyol.

## 2. Oferta, empreses del sector i anàlisi de la competència

### COMPETÈNCIA DIRECTE

#### Caves Llopart



- **Tipus de producte**

La bodega Caves Llopart està destinada bàsicament a la venda de caves. Pel que fa als vins, n'elaboren quatre. Dos d'ells són elaborats a partir d'una agricultura ecològica, mentre els altres dos no. Per tant, elabora un vi elaborat i pensat per un públic de classe mitjana disposat a tastar diferents tipus de vins.

- **Polítiques de preu**

Caves Llopart ofereix aquests quatre vins amb aquests preus:

- Vitis: 7,40€
- Carmi: 7,11€
- Clos de Fòssils: 8,82€
- Castell de Subirats: 10,95€

- **Política de distribució**

Les Caves Llopart no ofereixen comerç electrònic a través de la seva pàgina web però sí que ofereix una botiga per a comprar el seu producte a la mateixa

bodega, ubicada a Els Casots (Alt Penedès). A més, Caves Llopart ofereix el seu producte a diverses bodegues especialitzades com ara també a la pàgina web especialitzada en compravenda de vins i de caves [www.vinissimus.com](http://www.vinissimus.com).

- **Política de comunicació**

Les Caves Llopart tenen una pàgina web on podem trobar la seva història, l'elaboració i la fitxa tècnica dels seus diferents productes. Les Caves Llopart també ofereixen visites guiades a les seves bodegues i això es pot adquirir mitjançant la seva pàgina web. Les Caves Llopart compte amb Twitter (@LlopartCava) i amb pàgina de Facebook,

- **La força al mercat**

La tradició de la família i el fet de ser un dels cellers més antics de la DO Penedès fa que la força de mercat de les Caves Llopart sigui poderosa. És una bodega petita i el seu producte estel·lar és el cava, però de totes maneres el *Castell de Subirats* és un vi amb prestigi dins el territori.

- **Grau de concentració empresarial**

L'origen de les Caves Llopart es remunta al 1385 que, tal com ja informen la seva pàgina web, Bernat Llopart va adquirir unes finques situades a Sant Sadurní d'Anoia. Però no és fins al 1887 quan la generació Llopart decideix vendre cava i etiquetar-lo amb el seu cognom.

- **Processos de producció**

És una de les bodegues pioneres a Catalunya i els seus clients solen ser fidels al producte. Els Llopart sempre han lluitat per a cuidar tot tipus de detall, des del cultiu, fins al disseny de l'etiqueta del seu producte i això ha marcat un tret diferencial respecte a la seva competència.

## **Maset del Lleó**



- **Tipus de producte**

Maset del Lleó ha optat en els darrers anys obrir un nou mercat i expandir-se en nous productes i en nous oferiments. Ja no tan sols ofereix vins o caves, sinó que a més ofereix cerveses, licors, olis, vinagres i fins i tot, diferents accessoris per a poder acompanyar aquests tipus de productes com ara copes, caixes de fusta per a guardar les ampolles o un pernil.

- **Polítiques de preu**

Els vins DO Penedès del Maset i els seus preus són els següents:

- Foc Reserva Maset de Lleó: 10,95€
- Merlot Rose Maset del Lleó: 7,95€
- 1777 Reserva Maset del Lleó amb estoig individual: 19,80€
- Cabernet Sauvignon Gran Reserva Maset de Lleó Doble Magnum: 74,15€
- Cabernet Sauvignon: 9,95€
- Merlot Rosat Maset del Lleó: 7,95€
- Blanc dels Blancs Maset del Lleó: 6,40€
- Flor de Mar Maset del Lleó: 9,95€
- Gran Roble Maset de Lleó: 9,95€
- Gran Selecció Gran Reserva Maset del Lleó: 14,80€

- **Política de distribució**

Maset del Lleó ha treballat molt en els últims anys en aquest apartat per aconseguir consolidar-se dins els vins DO Penedès i tenir un nom important. Al tenir una web que permet el comerç electrònic, Maset del Lleó té un tracte personalitzat al client trucant al 902 200 500 i aquí es pot consultar qualsevol

tipus de dubte del món del vi. Maset del Lleó ofereix un lliurement a domicili del producte, amb uns ports gratuïts amb una compra superior de 60€, assegurant la qualitat del producte i el tracte amb el client.

- **Política de comunicació**

La pàgina web de Maset del Lleó és molt potent, molt fàcil de navegar per a qualsevol persona amb tots els ítems molt ben assenyalats: com comprar el producte, el seu preu, la seva fitxa tècnica i fins i tot ofereixen un número per a poder resoldre qualsevol tipus de dubte. A més, també tenen pàgina de Twitter (@Maset) i també pàgina de Facebook (Maset).

- **La força al mercat**

Maset del Lleó ha estat capaç de crear-se una marca important i coneguda, ja no només en vins i en caves, sinó pel fet d'oferir regals i fins i tot una afiliació amb la cuina de Carme Ruscalleda, que fa que el prestigi sigui major. Maset del Lleó ofereix plats gastronòmics de la Carme per acompanyar amb els seus vins. A més, l'hivern passat el Maset del Lleó va invertir una gran fortuna per ampliar el seu patrimoni també a La Rioja, sent la seva denominació d'origen la més venuda arreu del territori espanyol.

- **Grau de concentració empresarial**

Maset del Lleó és una de les empreses pioneres al fet de vendre el producte directament, sense intermediaris, de la bodega al client. Això li ha permès mantenir un públic fidelitzat i amb garanties de conèixer qui produeix aquest vi, un fet essencial pels clients. Els seus inicis es remunten a l'any 1777 quan la família Massana de Sant Pau d'Ordal feien de masovers a la finca i més endavant es van decidir a comprar els terrenys. Va ser a mitjans del s. XX quan es van decidir a començar a vendre vi i cava casa per casa fins avui dia.

- **Processos de producció**

La finca del Meset de Lleó es troba ubicada a La Granada del Penedès, enmig de l'Alt Penedès fent referència i agafant força sota la batuta del DO Penedès.

## **MASCARÓ**



- **Tipus de producte**

Mascaró és una empresa que pràcticament fa mig segle que va néixer i es va crear sota les consignes de no produir un producte qualsevol, sinó d'alta qualitat per un públic específic, amb un cert poder adquisitiu. Mascaró no només produeix vins i caves, sinó gran part del seu volum de negoci està destinat als licors, als destil·lats i al brandi. Però també ofereix vi i cava DO Penedès.

- **Polítiques de preu**

Els tres vins que ofereix Mascaró al seu públic són:

- Vi Blanc Làserie Sauvignon Blanc: 9,90€
- Vi Negre Selecció Ànima: 7,90€
- Vi Negre Cabernet Sauvignon: 9,75€

- **Política de distribució**

Mascaró no ofereix comerç electrònic però per altra banda, compte amb una gran botiga a la seva finca de Vilafranca del Penedès, amb un oferiment de tots els seus productes. De totes maneres, es pot adquirir el producte Mascaró a través de les millors pàgines webs de vins i de caves, la qual cosa aquestes mateixes són les encarregades de transportar el producte amb un suplement. Mascaró també es pot trobar a botigues especialitzades del sector.



- **Política de comunicació**

La bodega Mascaró compte amb una pàgina web força moderna i molt treballada on s'expliquen tots els seus productes, tant els vins i els caves com els licors i els destil·lats que ofereix aquesta casa. En els últims anys i aprofitant el gran públic que atrau l'Enoturisme Penedès, Mascaró ho ha aprofitat també per oferir visites guiades per la seva finca, acabant per una degustació dels seus millors productes. Això afavoreix el tracte amb el client en primera persona. Mascaró també compte amb pàgina de Facebook i pàgina de Twitter (@MascaróSpirit).

- **La força al mercat**

Mascaró s'ha consolidat en el mercat gràcies als brandis i als licors, no per la seva venda de vins i caves. Per això estan intentant aconseguir un públic nou i diferent dins el sector i per això nosaltres també la considerem com una competència directa.

- **Grau de concentració empresarial**

Mascaró com a tal va néixer el 1946 i els primers productes que van oferir van ser cava, brandi i licor de taronja. Després de construir un gran patrimoni, en volum de negoci en el sector dels licors, a finals dels anys 90 a ser quan es van endinsar en el món del cava i del vi.

- **Processos de producció**

La finca es troba ubicada als afores de Vilafranca del Penedès i Mascaró treballa sota les consignes de DO Cava i DO Penedès.

## COMPETÈNCIA INDIRECTE

### Eudald Massana Noya



- **Tipus de producte**

La família Massana Noya es va deslligar a finals dels anys 90 de l'empresa Meset del Lleó i va crear la seva pròpia empresa. Eudald Massana Noya ofereix des de l'any 2000 productes ecològics, tant vins com cava. Tots els productes de la bodega Massana estan immersos tant a la DO Cava, com a la DO Penedès i també a la DO Catalunya. Ofereixen 6 varietats de vins i 6 varietats de cava.

- **Polítiques de preu**

Les polítiques de preu de l'Eudald Massana Noya són els següents:

- Cepell Blanc 2017: 6,55€
- Cepell Rosat 2017: 6,95€
- Cepell Negre 2017: 7,05€
- Avi Ton 2015: 13,60€
- La Creueta: 13,20€
- El Primer: 6,95€

- **Política de distribució**

Eudald Massana Noya utilitza el comerç electrònic com una de les seves principals armes per a vendre el seu producte. Per fer arribar el producte al client utilitzen una furgoneta que ho transporta al domicili marcat. Segons la distància, l'empresa utilitza diferents ports o fins i tot contracta a transportistes professionals per fer arribar el producte arreu del món. De totes maneres, Eudald Massana Noya també ven els seus productes a diferents botigues especialitzades, no a supermercats.

- **Política de comunicació**

L'empresa Eudald Massana Noya, com que és una empresa familiar, la seva gran política de comunicació ha estat treballar en funció a la proximitat, a la familiaritat i en garantir un producte de qualitat a prop de casa. A més, treballen molt en les diverses fires comercials que hi ha arreu del territori, no només català ni espanyol, sinó mundial. L'empresa Eudald Massana Noya té una web molt senzilla de funcionar, de comprar els productes, a més d'una fitxa tècnica de tots els seus productes. A la seva pàgina web també t'enllacen a les seves xarxes socials, des de Twitter, Facebook i Instagram.

- **La força al mercat**

Eudald Massana Noya ha aconseguit un públic de classe mitjana i d'un poder adquisitiu mitjà molt fidel gràcies a ser dels pioners en produir vins ecològics. El fet de lliurar el producte al client transmet molta confiança, tot i que en són conscients que no deixen de ser una bodega petita.

- **Grau de concentració empresarial**

Com ja hem dit, la família Massana fa 9 generacions que produeixen vins i caves, creant el Maset del Lleó. Però uns malentesos entre germans va provocar que l'Eudald Massana Noya, juntament amb la seva empresa, creessin aquesta nova bodega i des del 2000 que produeixen i s'han consolidat amb la DO Penedès ecològica.

- **Processos de producció**

L'empresa Eudald Massana Noya es troba ubicada a Sant Pau d'Ordal i es troba dins els marcs del DO Cava, DO Penedès i DO Catalunya.

## **10 d'abril**

*10 d'abril*

- **Tipus de producte**



10 d'abril és una bodega petita, humil, amb pocs treballadors, i que ofereixen 6 varietats de vins i de caves diferents, tots ells ecològics. 10 d'abril també es troba sota les regnes de la DO Penedès i DO Catalunya que l'ha ajudat a fer-se un petit nom dins el territori català.

- **Polítiques de preu**

La bodega 10 d'Abril ofereix 3 varietats de vins:

- Vi Blanc Càlida: 8,70€
- Vi Blanc Picu Picu Emma 8: 7,50€
- Vi Negre Picu Picu 9: 9,30€

- **Política de distribució**

10 d'abril no ofereix comerç electrònic i la seva política de distribució és clara: com a més llocs estigui el nostre producte, millor. Per això els vins 10 d'abril es poden adquirir a diferents línies de supermercats i de botigues especialitzades, com també diferents pàgines webs que venen ampelles de vi.

- **Política de comunicació**

Tenen pendent poder millorar aquest apartat de cara al futur per intentar arribar a un públic més ampli. Compte amb una pàgina web senzilla i navegable per a tot tipus de públic amb un missatge clar, el que volen transmetre és que a través del cultiu ecològic el producte és exclusiu i de bona qualitat. 10 d'abril però també té pàgina de Twitter (@bodegas10dabril) i també pàgina de Facebook (10 d'abril 'wine & cava').

- **La força al mercat**

10 d'abril té poca força al mercat, les 6 diferents varietats que proposa serveixen per guanyar beneficis i per mantenir fins a dues famílies senceres, però és un vi encara per explotar arreu del territori i creuen que en els pròxims anys el creixement anirà en augment.

- **Grau de concentració empresarial**

10 d'abril és una empresa familiar i petita, amb poca varietat de producció i de vendes. És una empresa que va néixer fa 10 anys i que encara es troba en creixement. De totes maneres, la gent que hi treballa s'han dedicat tota la vida al sector de vi i són experts tant en l'elaboració com en la producció del producte.

- **Processos de producció**

La Cava 10 d'Abril es troba ubicada a Sant Llorenç d'Hortons i compte amb pocs treballadors.

## **Gramona**



- **Tipus de producte**

Gramona és una bodega de vins i de caves amb un de les DO Penedès més prestigiosos, el Gramona Imperial, guanyador del premi al 'Millor Vi Escumós' per la Guia de Vins de Catalunya l'any 2018. Gramona elabora vins pensats per a un públic de classe mitjana i de gran interès per la cultura de vi, amb diferents sabors i diferents qualitats. El fet també d'estar lligat a la DO Penedès, amb el seu director, Xavier Gramona, com a partícip i part important dins del Consell Regulador de la DO Cava, ha provocat guanyar-se un prestigi interessant.

- **Polítiques de preu**

Gramona ofereix una gran varietat de vins, tots ells ecològics i amb la marca de la DO Penedès com a segell principal:

- Gramona Mas Escorpí: 11,10€
- Gramona Pinotemo: 17,10€
- Bru de Gramona: 21,95€
- Gramona Savinat: 16,25€
- Gramona Xarel·lo Font Jui: 14€
- Gramona Mart: 11,05€
- Gramona Xarel·lo Ovum: 14,60€
- Gramona La Maca: 12,90€
- Gramona Gessamí: 9,90€
- Gramona Mustillant Blanc: 6,50€
- Gramona Mustillant Rosat: 6,30€
- Vi de Glass Xarel·lo: 16,50€
- Gramona Gra a Gra: 21,65€
- Gramona Vi de Glass: 15,90€
- Gramona Frisant de Gel: 13,50€

- **Política de distribució**

És un dels elements claus de Gramona per a poder vendre els seus productes. Des dels seus inicis la bodega Gramona ha posat facilitats perquè el client sàpiga i reconegui a on es pot comprar el producte a través de la seva pàgina web. No té comerç electrònic, però a través d'un enllaç dins la seva pàgina web es poden trobar les botigues especialitzades on es pot adquirir el producte. Tot i que directament a través de la pàgina web, el client no el pot adquirir.

- **Política de comunicació**

Un dels grans valors de l'empresa Gramona és l'elegància, que ha caracteritzat el seu producte. Des d'un bon principi el missatge que s'ha volgut transmetre és d'un vi elegant, tranquil i per a consumir en moments especials. Per això, a la seva pàgina web està treballat cada detall, des del tipus de lletra, els colors i les imatges. A més a més, Gramona també ofereix visites guiades a la seva bodega amb degustació final dels millors dels seus productes. Gramona també té pàgina de Twitter (@CavasGramona).

- **La força al mercat**

Gramona s'ha consolidat dins el món dels vins i del cava, sent reconegut com un dels millors caves per la Guia Peñín. Pel que fa als vins, ha estat escollit el millor 'Vi escumós' per la Guia de Vins de Catalunya 2018 i també per la Guia de Vins Gourmets. És considerat doncs un producte de qualitat, amb un públic fidel arreu del territori espanyol i fins i tot, gran part de les seves vendes són a l'estranger.

- **Grau de concentració empresarial**

Gramona va créixer com a bodega els anys 50 però ha estat en les darreres dues dècades quan els dos germans Gramona han estat capaços d'innovar-se i de produir diferents varietats de vi per a intentar aconseguir diferents tipus de públics, des de vins més dolços a vins de postres. Aquest fet ha provocat guanyar els diferents reconeixements i ser un dels pilars fonamentals dins dels vins ecològics DO Penedès.

- **Processos de producció**

Gramona està ubicada a Sant Sadurní d'Anoia, a la mateixa Capital del Cava, i com ja hem dit, utilitza la DO Penedès, DO Cava i també DO Catalunya per intentar créixer al mercat.

### 3. Proveïdors i intermediaris

#### Proveïdors de matèria primera

- **Matèria primera pròpia:** 40 hectàrees de vinya amb aproximadament uns 10.000 quilos de raïm per hectàrea. Vinya treballada manualment durant tot l'any sense mecanismes ecològics. Diferents varietats de raïm:
  - 23 hectàrees de macabeu
  - 10 hectàrees de xarel·lo
  - 5 hectàrees de parellada
  - 2 hectàrees de moscatell
- **Josep Miquel Malet:** C/Torrent Fondo, 21, 08791 Sant Llorenç d'Hortons, Barcelona → propietari de 38 hectàrees de vinya que ven a grans bodegues de vi.
- **Joan Esteve Esteve:** Pl. Mossèn Comerma, 24, 08791 Sant Llorenç d'Hortons, Barcelona → propietari de 28 hectàrees de vinya que ven a grans bodegues de vi.

#### Proveïdors de serveis

- **VIDRASA, Vidrio de Tubo y Varilla, SA** | Pol. Ind. Molí de'n Xec, C/ Molí de'n Xec, 41, Nau 20, 08291 Ripollet, Barcelona → botiga especialitzada en productes de vidre.
- **Vidriocor Bordelesa** | Carrer Coruña, 64, 36208, Vigo → botiga especialitzada en ampolles de vidre, taps de suro i precintes.
- **Comercial Suro Tap SL** | Veïnat de les Serres, 59 Apt Correus, 130, Cassà de la Selva → botiga especialitzada en taps de suro.
- **Gràfiques Varias** | Carrer Itàlia, 1, 08770, Sant Sadurní d'Anoia, Barcelona → botiga especialitzada en etiquetes d'ampolles de vi i de cava.
- **Món del Cava** | Plaça Pau Casals, 1, 08770 Sant Sadurní d'Anoia, Barcelona → botiga especialitzada en el servei de productes per l'elaboració de vins, caves i licors.



- **InVIA** | Pol. Ind. Domenys II, C/ Tarragona, 148, 08720, Vilafranca del Penedès, Barcelona → botiga especialitzada en màquines per a produir vi.
- **Magusa Màquinaria Vinícola SL** | C/ Enologia, 3-4, Pl. Domenys, 08720 Vilafranca del Penedès, Barcelona → botiga especialitzada en màquines per a produir vi.

## Empreses de distribució

- **Furgoneta pròpia per a distribuir el producte** → Volkswagen Transporter 2.0 TDI (102 cv).
- **MRW** | C/ de Vilafranca, 20, 08770 Sant Sadurní d'Anoia, Barcelona

## Poder de negociació

Pel que fa al mercat del sector vitivinícola a Espanya, és un món molt competitiu on les bodegues s'afermen més al seu nínxol de mercat. Això s'explica perquè cada bodega sap i coneix quin és el seu *target*, a on produeix el producte i a qui el vol fer arribar. A més, a la nostra comarca, a l'Alt Penedès, existeixen unes 250 bodegues de vins i caves amb més de 3 mil marques diferents. Aquest fet provoca que el poder de negociació respecte a les empreses proveïdores sigui reduït, ja que s'aprofiten de la nostra situació.

En el nostre cas, en tractar-nos d'un producte nou, som conscients que al principi el nostre poder de negociació és limitat, ja que passarem una etapa inicial de consolidació del nostre projecte, i en aquesta indústria creiem que aquesta fase serà més llarga. No obstant això, els diferents proveïdors s'han mostrat il·lusionats amb el nostre projecte, i fins i tot ens han recomanat i ens han ajudat a l'hora d'escollir el seu producte.

#### 4. Altres components de mercat: estacionalitat i intervencions administratives

De les 11 DO catalanes de vi, la més consumida és la DO Catalunya, seguida per la DO Penedès tal com podem observar en la següent taula:

**Taula 6:** El mercat de vi amb DO a Catalunya

### El mercat de vi amb DO a Catalunya

Evolució anual de les vendes de vi amb DO a Catalunya  
(Alimentació + Hostaleria)

#### Evolució volum de les Denominacions d'Origen Catalanes

Vendes en milers de litres

DENOMINACIONS	TAM ON 14	TAM ON 15	TAM ON 16	TAM ON 17
VI AMB DO	44.417	46.539	48.834	50.767
TOTAL DO CATALANES	14.948	15.203	16.207	18.131
DO Catalunya	4.799	4.601	5.145	5.988
DO Penedès	5.924	5.638	5.770	5.540
DO Terra Alta	740	852	1.099	1.742
DO Costers del Segre	1.307	1.369	1.303	1.369
DO Montsant	518	974	992	1.212
DOQ Priorat	457	507	609	853
DO Empordà	766	876	775	684
DO Tarragona	124	121	150	280
DO Pla de Bages	69	64	107	169
DO Conca de Barberà	180	123	157	167
DO Alella	63	77	98	128

Font: INCAVI

Una de les principals característiques que creiem que té el nostre projecte és que, tot i dependre molt de la climatologia, tenim l'avantatge que podem oferir el nostre producte durant tot l'any. Sigui el mes que sigui, el nostre producte es podrà comprar. De totes maneres, és evident que per Nadal és quan més es compra el vi i quan més publicitat en farem del nostre producte. En aquesta època s'incentiva el consum amb els dinars i celebracions que es fan durant aquestes dates, i fins i tot el nostre mercat es pot obrir a diferents edats. Tanmateix, el nostre objectiu serà intentar repartir els nostres beneficis al llarg de l'any. Per altra banda, l'estiu comença a despuntar també com una estació a tenir en compte per a promocionar el nostre producte. Segons un informe d'Uvinum, els mesos de gener i de febrer són els pitjors de tot l'any.

Durant el Nadal, les bodegues catalanes ingressen un 20% dels beneficis de tot l'any, i és que es calcula que durant el mes de desembre cada casa del territori espanyol de mitjana es gasta uns 250€ només en begudes alcohòliques.

### **Intervencions administratives no restrictives**

Com a bodega que vol obrir-se un lloc en el mercat i vol contribuir al funcionament i desenvolupament de la indústria vitivinícola, la Generalitat de Catalunya va firmar el 26 de febrer la Resolució per la qual es convoquen els ajusts, pels anys 2019 a 2023, destinats a les inversions tangibles i intangibles relatives a la producció o comercialització de productes vitivinícoles amb la finalitat de millorar el rendiment global de les empreses del sector. La Resolució complementa allò que disposa al Reial Decret 5/2018, publicat al BOE del passat 13 de gener i determina totes les passes a seguir per a l'acompliment de les sol·licituds.

La presentació es farà per via telemàtica i les sol·licituds hauran d'anar acompanyades del corresponent projecte tècnic i dels formularis disposats a l'efecte que recullen, bàsicament informació del sol·licitant de tipus general, econòmica, financera, social i comercial.

La quantia pot arribar fins al 40% de les inversions realitzades i acreditades. Les actuacions subvencionades són:

- Aquelles realitzades en cellers i caves en obra civil
- L'adquisició de nova maquinària i equipaments i instal·lacions associades
- Les despeses generals vinculades fins a un màxim del 8%

### **Intervencions administratives restrictives**

La nostra empresa ha hagut d'acceptar i respectar la 'Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino' per tal de complir amb les normatives legals imposades pel Govern d'Espanya. Totes aquestes obligacions formen part del marc de restriccions administratives. A més a més, la nostra bodega s'haurà de donar d'alta a l'Agència de Residus, a l'Ecovidrio, a la Regidoria Embotellador

de vins, a l'Agència Catalana de l'Aigua, com també a la DO Catalunya, DO Penedès i a la CCPAE (Consell Català de la Producció Agrària Ecològica).

## DAFO. Anàlisi de la situació

<b>DEBILITATS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La competència. Moltes empreses del mateix sector en la mateixa comarca.</li> <li>➤ La bodega tot just s'està introduint i encara no té un públic fidelitzat.</li> <li>➤ Limitació en l'aspecte pressupostari i econòmic, ja que la bodega no pertany a cap gran grup vitivinícola.</li> <li>➤ El context industrial i la falta de finançament fa que els sous als treballadors no siguin elevats.</li> <li>➤ Plantilla curta.</li> </ul>
<b>FORTALESES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La comunicació i la interactivitat amb els clients gràcies a portar el producte al domicili.</li> <li>➤ Aposta inicial per un producte als països catalans.</li> <li>➤ Interactivitat amb els consumidors sobretot a través de les xarxes socials, les quals s'utilitzen per atendre als clients i mantenir una relació de feedback constant.</li> <li>➤ Cada cop més les bodegues cultiven producte ecològic, nosaltres ens mantenim amb el vi tradicional.</li> <li>➤ DO Penedès com a marca que ens acompanyarà a vendre el nostre producte.</li> </ul>
<b>AMENACES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Aparició de noves competències any rere any.</li> <li>➤ Competència dura amb bodegues amb més experiència i un públic molt més fidelitzat.</li> <li>➤ Trobar-se davant d'un públic poc acostumat a la compra a través de les plataformes digitals.</li> <li>➤ El canvi climàtic pot resultar perjudicial per al conreu.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dificultats per a trobar finançament.</li> </ul>
<b>OPORTUNITATS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La compra en línia. El comerç electrònic va creixent any rere any.</li> <li>➤ Mercat molt obert a tot Espanya.</li> <li>➤ Serà de les primeres vegades que mantindrem un <i>feedback</i> permanent amb el client.</li> <li>➤ Una bodega amb una aposta pel disseny fort i diferent de la resta.</li> <li>➤ El consum del vi va en augment.</li> <li>➤ Obertura a un mercat més gran, nacional i estranger.</li> <li>➤ El públic fidel al vi que no és ecològic.</li> </ul>

## B. Selecció del Públic Objectiu

A partir de l'estudi i segmentació del nostre mercat, el nostre públic objectiu es redueix en particulars homes i dones a partir de 35 anys fins als 69 residents a Catalunya que siguin consumidors de vi. Tal com hem dit, el 59% dels homes i dones entre 35 i 54 anys beuen vi, i a partir de 55 anys els consumidors augmenten fins a un 67%. Entre 35 i 54 anys hi ha 2.406.847 persones, de les quals **1.420.039** persones beuen vi. I si agafem les persones entre 55 i 69 anys, del total d'1.278.012 persones, **856.268** beuen vi. Per tant, de les 3.684.859 persones entre 35 i 69 anys ens quedem amb **2.406.847 persones**. Nosaltres però volem adequar el nostre producte a un consumidor de classe mitjana-alta, amb estudis universitaris i que visquin amb ciutats de més de 100.000 habitants, ja que són els qui utilitzen més les xarxes socials i el comerç electrònic. Volem que utilitzen el mòbil per a comprar el producte, i això a Catalunya acapara un 20%. Per això, trobem que el nostre públic principal es concentrarà a les grans ciutats de Catalunya, a les capitals de província i a l'àrea metropolitana de Barcelona. Així doncs, els nostres principals consumidors seran **722.054 persones**.

**Taula 7:** Distribució població catalana per edats i sexes entre 35 i 69 anys

	HOMES	DONES	TOTAL
De 35 a 39 anys	308.782	302.680	611.462
De 40 a 44 anys	336.795	321.649	658.444
De 45 a 49 anys	302.821	291.689	594.510
De 50 a 54 anys	271.272	271.159	542.431
De 55 a 59 anys	234.937	247.334	482.271
De 60 a 64 anys	200.077	215.942	416.019
De 65 a 69 anys	178.668	201.054	379.722

**Font:** IDESCAT

També ens volem adreçar a consumidors d'altres begudes que es vulguin introduir al vi o també a persones menors de 35 anys que consumeixin vi. Per tant, voldríem que el nostre públic fos inclusiu i també el poguessin consumir altres públics amb menys o més edat, ja que el producte pot ser atractiu per un *target* diferent.

## Consumidors industrials

Els nostres consumidors industrials seran peça clau i essencial perquè el nostre producte pugui arribar al client. Seran les bodegues especialitzades més importants del territori, tot i que la major part de la nostra venda serà per internet. Així doncs, podríem dir que els nostres consumidors industrials estaran entre aquestes botigues especialitzades en vi situades arreu del territori, amb especial atenció a l'àrea metropolitana de Barcelona:

- Cal Ferú de Sant Sadurní d'Anoia
- El Taps de Barcelona
- Sentits Bcn de Barcelona
- D.O. de Barcelona
- Celler de Gelida de Barcelona
- El Celler de la Boqueria de Barcelona
- Vila Viniteca de Barcelona
- Vinoteca de Barcelona

- VinoVi Vinoteca de Tarragona
- Xerigots de Girona
- VINICIA de LLeida

Aquestes botigues especialitzades s'emportaran un 15% de comissió del total del preu del producte, especificat en el pressupost d'explotació.

## **Consumidors institucionals**

La nostra bodega no disposa de consumidors institucionals, ja que no ofereix un producte directament a institucions per tal que aquests puguin consumir-lo. Així doncs, tot i que no tenim consumidors institucionals coneguts, estem oberts a què diferents entitats o associacions s'interessin pel nostre producte un cop ja consolidat al mercat.

## **C. Definició dels Objectius Comercials**

### **Objectius de demanda i de vendes**

#### Fase introductòria – Any 1 (2019)

- Consolidar un mercat fidelitzat a Catalunya.
- Donar a conèixer el nostre producte a diferents consumidors industrials.
- Utilitzar les xarxes socials i la nostra comunicació per intentar obrir nous mercats arreu d'Espanya.
- Llençar 5.000 ampolles de vi.

**Ingressos:** Durant el primer any donem més importància a fer-nos un lloc entre els consumidors que guanyar pròpiament diners. Sabem que el primer any el tancarem amb pèrdues, però esperem que aquestes inversions les puguem recuperar en un futur.

### Objectius de vendes i ingressos:

- Vendes i ingressos (per vendes) mensuals durant els mesos de setembre a juny. Durant aquests mesos no podrem vendre cap ampolla, ja que seria el moment de produir-les.
- Vendes i ingressos (per vendes) mensuals durant els mesos de juliol i desembre → 2.000 vendes per 10€ preu (vi negre) = **20.000€**, 1.900 vendes per 9€ (vi blanc) = **17.100€** i 1.100 vendes per 7€ (vi rosat) = **7700€** → Aquestes xifres es deuen al fet que serà època de Nadal i és quan més es beu vi, també serà la nostra primera fase de vendes i per això tindrà aquestes xifres que hauran d'anar creixent.

**Taula 8:** Previsió de vendes al primer any a les botigues especialitzades

	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DES	TOTAL
<b>Vi negre</b>	150	170	180	200	350	450	<b>1.500</b>
<b>Vi blanc</b>	65	220	225	240	270	380	<b>1.400</b>
<b>Vi rosat</b>	107	128	116	184	195	220	<b>950</b>

Font: Elaboració pròpia

**Taula 9:** Previsió de vendes al primer any a través de la pàgina web

	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DES	TOTAL
<b>Vi negre</b>	4	17	56	93	132	198	<b>500</b>
<b>Vi blanc</b>	17	24	36	88	159	176	<b>500</b>
<b>Vi rosat</b>	9	13	27	29	32	40	<b>150</b>

Font: Elaboració pròpia



### Fase de creixement – Any 2 (2020)

- Consolidar un mercat més ampli al territori català.
- Tenir més consumidors industrials que ens puguin ajudar a vendre el nostre producte.
- Aconseguir que les nostres xarxes socials siguin conegudes per un gran nombre de persones.
- Consolidar la nostra venda de comerç electrònic.
- Començar a vendre i a produir més ampolles.
- Arribar a produir una tirada de 10.000 ampolles

**Ingressos:** l'objectiu és començar a generar beneficis per tal de poder recuperar els deutes. 5.000 vendes per 10€ preu = **50.000€**, 3.000 vendes per 9€ = **27.000€** i 2.000 vendes per 7€ = **14.000€**

### Fase de Maduresa – Any 3 i 4 (2021 i 2022)

- Comptar amb una audiència totalment fidelitzada del nostre consumidor principal.
- Començar a fidelitzar públic d'arreu del territori espanyol.
- Començar a vendre productes a través del comerç electrònic a públic estranger, principalment a països com el Regne Unit o Itàlia, i per tant, millorar la nostra xarxa de distribució.
- Augmentar el nombre de punts de venda.
- Tenir la suficient categoria per a poder negociar amb autoritat amb possibles inversos i poder posar condicions.
- Poder adquirir nova matèria primera i ampliar el nombre d'ampolles

**Ingressos:** Generar beneficis per cobrir gestos i tenir beneficis que ens permetin guanyar diners i seguir amb la nostra producció. 6.500 vendes per 10€ preu = **65.000€**, 4.000 vendes per 9€ = **36.000€** i 2.800 vendes per 7€ = **19.600€**.

## D. Estratègies de Màrqueting

**Estratègia concentrada:** desenvoluparem el nostre producte seguint i tenint en compte un pla de màrqueting dirigit al nostre segment de mercat potencial.

### Producte

El nostre producte és una ampolla de vi negre, blanc i rosat. Hi ha grans empreses com Freixenet o Codorniu que compren gran part de la matèria primera. Nosaltres no, i d'aquesta qualitat en el cultiu serà una gran pedra per fer-nos forts en el camí. Donarem importància i ressò a la nostra marca, al nostre origen, l'Alt Penedès, perquè es conegui arreu del nostre mercat. El que es persegueix amb aquest producte de qualitat és satisfer les necessitats del nostre client amb un producte diferent de la resta, que ens permetrà construir i consolidar la nostra identitat com a bodega. Per això, lluirem a la nostra etiqueta la Denominació d'Origen Penedès (DO Penedès), la qual cosa haurà de passar uns controls a les nostres vinyes de forma mensual per a poder portar aquesta DO.

- **Elements tangibles**

Ampolla de vi:

<b>Ampolla de vidre</b>	1
<b>Tap de suro</b>	1
<b>Etiqueta</b>	1
<b>Precinte de l'ampolla</b>	1

- **Elements intangibles**

<b>Cobertura geogràfica</b>	Catalunya
<b>Gènere de vi</b>	Vi blanc, vi rosat i vi negre
<b>Orientació ideològica</b>	La nostra empresa no defensa ni reivindica cap ideologia. Defensa el català i la seva terra d'origen com a força de valor al mercat.
<b>Ritme d'actualització del producte</b>	El nostre producte tardarà 1 any i 9 mesos des que el raïm surt del cep al mes de setembre, es cull un any més tard i s'elabora durant, com a mínim 9 mesos.

## Preu

**Preu: Objectius i criteris de fixació del preu. Preu de venda.**

**Objectius:**

- Aconseguir que el nostre producte sigui un vi relativament assequible pel públic i que els ingressos que s'obtinguin a partir de la venda d'exemplars arribi a cobrir almenys els costos de fabricació d'aquest.
- Fixar un preu que recompensi la qualitat del producte, que no li resulti una despesa al client, sinó un benefici per ell.
- Som conscients que el client valora la relació qualitat-preu, la proximitat i el fet de ser DO Penedès

**Criteris de fixació:**

- El nostre producte serà de qualitat i es diferenciarà de la competència pel bon treball realitzat a la vinya i a la collita del raïm, com també el bon manteniment, ús i producció del vi.

- Es pretén que cada ampolla de vi cobreixi els costos de producció i de distribució i que a més, es tregui sempre un marge de benefici.
- Formarà part de la DO Penedès, la segona Denominació d'Origen més venudes a Catalunya i que necessita uns criteris de qualitat per a formar part d'aquest registre.

### **Preu de venda:**

- **Ampolla vi negre:** 10€
- **Ampolla vi rosat:** 7€
- **Ampolla vi blanc:** 9€

Aquests seran els preus fixats tant a la nostra pàgina web pel comerç electrònic tant com a les botigues especialitzades. El preu establert pretén reflectir la qualitat del nostre producte, de la nostra maquinària i també del terreny on es cultiva el raïm. De totes maneres, per la compra en línia cobrarem una taxa per la distribució. Aquesta taxa serà de **2€** per cada 100 quilòmetres recorreguts des de la nostra seu.

### **Tarifes de publicitat**

En el nostre cas, començarem l'empresa sense cap tipus de publicitat en el nostre producte. Més endavant, un cop fidelitzats en el mercat, veurem si és compatible i si el nostre producte seria capaç de consolidar-se amb publicitat pel mig.

## **Distribució del producte**

### **Objectius de distribució**

- Arribar a totes les províncies de Catalunya i per tant, al màxim de persones particulars i botigues especialitzades possibles del territori català.

- A partir d'aquí, expandir-nos per la resta de l'estat espanyol i arribar a cobrir el màxim de territori possible, amb l'objectiu d'arribar a consolidar-se dins l'estat.
- En el futur, contractar empreses especialitzades en distribució de productes perquè puguin fer arribar el nostre producte a qualsevol indret de l'estat espanyol.
- Fer arribar el producte al client el més ràpid possible.
- Que el producte arribi en bon estat.

### Sistemes de distribució, punts de distribució

- Pel que fa als particulars que decideixen comprar el seu producte via internet, l'ampolla de vi es distribueix a través de la nostra furgoneta de l'empresa, que repartirà a les adreces establertes el producte sol·licitat.
- La mateixa furgoneta repartirà a les botigues especialitzades que ofereixin el nostre producte les ampolles de vi que els facin falta.

### Pressupost de distribució

Cost de distribució del nostre producte a través de la nostra furgoneta: **536€ / mes**

Explicació del càlcul: la gasolina dièsel (*Repsol*) té un cost de 1,2€ / litre. Calculant uns 70€ a la setmana de gasolina (700 quilòmetres) = 84€ / setmana → 84€ x 4 setmanes = **336€ / mes**. Aquí s'han de sumar les dietes, que pujaran uns **60€/mes**. S'han de sumar també els peatges de l'autopista, que seran **120€/mes**. Finalment el manteniment de la furgoneta, **20€/mes**.

## Comunicació

**Objectius. Missatge, elements de comunicació (inicial i futur). Pressupost de comunicació**

### Objectius de la Comunicació

- Donar a conèixer el nostre producte prèviament al seu llançament.
- Atraure el màxim de consumidors possible.
- Aconseguir fidelitzar al màxim de gent possible.
- Millorar i consolidar la imatge de l'empresa.
- Satisfer demandes específiques.
- Satisfer exigències d'interès públic.
- Aconseguir que el públic se senti part activa del nostre projecte.
- Retenir el consumidor.

### Missatge

- El nostre producte serà de qualitat, treballat i cultivat enmig de l'Alt Penedès, la millor zona del territori català per a produir aquest tipus de vi.
- La DO Penedès com a insígnia del nostre producte de qualitat i produït a la millor zona de Catalunya per a conrear l'essència del nostre vi.
- El vi, una beguda per prendre amb bona companyia, amistats, família i amics. Intentar transmetre un missatge de felicitat, de companyia i de relaxació amb el nostre vi.

### Elements de la Comunicació

- Internet
  - Lloc Web (Wix)
  - Facebook
  - Twitter
  - Instagram
- Telefonia mòbil

## Pressupost de Comunicació

- **Telefonia + Internet + televisió:** Fusion + Futbol Total → **80€ / mes → 960€ / any**
- A nivell de xarxes socials (Twitter, Facebook, Instagram) i ús de la plataforma Wix, el cost per mes i any és **Gratuït**. D'això s'encarregarà la nostra Directora de Comunicació que a final de més tindrà una remuneració.
- Conferències i xerrades a les vinoteques i a les diferents entitats de les diferents ciutats de Catalunya (implica viatges → **350€ / any**)
- Jornada i taula rodona oberta al públic amb la participació de grans enòlegs per a poder tastar els nostres vins (12 d'octubre i 27 de maig) (muntatge d'escenaris i degustació de vins → **2.200€ / any**)
- Creació de campanyes de publicitat del nostre producte en diferents mitjans de comunicació. Per exemple, per Nadal, aparèixer a les revistes de l'Alt Penedès com la *Fura* o el *3 de 8*, o aparèixer en revistes especialitzades com ara *La Guia de Vins de Catalunya*, i aparèixer en mitjans de les grans ciutats (**550€ / any**)
- Participarem en fires de vi per a donar a conèixer la nostra marca. Fires com el Cavatast de Sant Sadurní d'Anoia, el Vi Art de Sant Llorenç d'Hortons i la Fira del Gall de Vilafranca del Penedès. (implica viatges i dietes → **4.000€/any**). En aquestes fires però, vendrem el nostre producte i guanyarem **1.750€ en vendes**.
- També participarem en campanyes de la DO Penedès. Participarem en reunions, campanyes de publicitat i de suport arreu del territori estatal (implica viatges i dietes → **200€/any**)

### **3. PLA D'OPERACIONS**



## Pla de Producció

### 1. Collita del raïm i trasllat cap a la bodega

**Temps:** del 25 d'agost al 10 de setembre

**Recursos Externs  
(OUTSOURCING)**

**Albert Llerda València**, pagès i propietari d'una màquina de collir.  
(C/ del Torrent Fondo, 2, Sant Llorenç d'Hortons, 08791, Barcelona).

\*El temps de la collita no és inamovible, pot variar cada any segons el temps i el mateix raïm. De totes maneres, es calcula que es collirà durant 2 setmanes i que el temps, aproximadament, serà entre finals d'agost i principis de setembre.

### 2. Elaboració del vi

**Temps:** de l'11 de setembre a l'11 de juny

**Recursos propis**

**Personal necessari:** 1 enòleg i 2 treballadors

**Equipament:**

- 5 dipòsits de amb tapa d'acer i fons pla
- 1 TREMUJA despalilladora
- 1 equip de fred i de calor
- 1 bomba de rodet amb mànegues d'entrada i sortida

**Material:** vi elaborat

### 3. Embotellament del vi i repòs

**Temps:** del 12 de juny al 20 de juny

**Recursos propis**

**Personal necessari:** 1 enòleg i 2 treballadors

**Equipament:**

- 1 tapadora d'ampolles
- 1 màquina d'etiquetar
- 1 rentadora
- 10 barrils de 500l
- 50 pupitres de 120 ampolles

**Material:** producte acabat

#### 4. Distribució del vi a les botigues especialitzades

<b>Temps:</b> durant tot l'any	<b>Personal necessari:</b> 1 repartidor
<b>Recursos propis</b>	<b>Equipament:</b> - 1 furgoneta <b>Material:</b> producte acabat

#### 5. Comunicació i publicitat a les xarxes socials

<b>Temps:</b> durant tot l'any	<b>Personal necessari:</b> Directora de Comunicació
<b>Recursos propis</b>	<b>Equipament:</b> - 1 ordinador <b>Material:</b> Twitter, Facebook, <i>Instagram</i> i pàgina web

Per iniciar el cicle productiu, un cop definida la idea del nostre producte i els objectius que volem dur a terme, ens hem de registrar com una empresa societat limitada. Nosaltres mateixos ens encarregarem de la burocràcia davant el notari i del registre mercantil (exposat en el pressupost de capital).

El nom de la nostra empresa és **Vienedès** i és en aquesta fase quan dissenyarem el nostre logotip. Aquest nom és únic i fàcil de pronunciar. Inclou les paraules més importants del nostre projecte (Penedès i Vi). A més a més, és un nom compost i és adequat per al SEO<sup>3</sup> (Search Engine Optimization), ja que utilitza paraules que els consumidors introduiran als cercadors quan pensin en vins relacionats del Penedès.

<sup>3</sup> Això significa optimitzar els llocs web perquè els cercadors siguin capaços d'indexar-los i interpretar els seus continguts, fent que de manera natural se situïn en posicions rellevants als resultats de cerca.

Per últim, en aquesta fase de cicle productiu, haurem d'establir la icona de Vienedès. Aquesta icona és molt important i ha d'impactar, ja que la primera impressió és el que compta. Nosaltres li donarem molta importància perquè creiem que el disseny visual ha de ser una part essencial del nostre producte i els nostres clients han de saber relacionar la nostra icona amb el nostre producte. La nostra icona estarà present a l'etiqueta de cada ampolla de vi, serà el logotip de l'empresa i formarà part de la nostra pàgina web:



També serà en aquest moment quan la nostra Directora de Comunicació realitzi la nostra pàgina web a través de la plataforma Wix. Per això ens haurem de crear un correu que serà [vienedès@gmail.com](mailto:vienedès@gmail.com). La nostra pàgina web serà una de les claus del nostre èxit, perquè serà a través d'aquí on els clients ens compraran el producte. Per això, la nostra pàgina web serà atractiva, amb predomini del color verd i on hi haurà una pantalla principal amb imatges de les nostres vinyes i de la nostra bodega. La pàgina web estarà formada per cinc categories:

- **Història:** aquí explicarem el motiu i l'any de la nostra creació, les nostres motivacions i les nostres especialitzacions.
- **Catàleg de productes:** estaran els nostres tres vins, el blanc, el rosat i el negre, exposats amb una imatge i detalladament estarà especificada la seva varietat i el preu.
- **Compra:** per aquí el client comparà el producte. Haurà de dir quin tipus de vi vol, quina quantitat, haurà d'apuntar la seva localització i el seu nom i DNI.

- **Qui som:** la nostra presentació. Explicarem qui som, quines tasques realitza cada treballador i el nostre càrrec.
- **Contacte:** el nostre número de telèfon, el nostre correu i la nostra ubicació. Aquí hi haurà un mapa amb el nostre punt assenyalat.

## Resum de recursos de producció i costos

### Localització

#### 1. Situació

Masia Cal Barraquer, 1, Carretera B2241 de Masquefa, (08783) Masquefa.

La nostra bodega està situada en una zona transitada i de fàcil accés, ja que es troba al costat de la carretera i la senyalització és molt bona. Des de la carretera la nostra bodega ja es veu, situada a 3 minuts de Sant Llorenç d'Hortons, en una carretera que comunica Sant Sadurní d'Anoia amb localitats com Piera, Masquefa, Sant Esteve Sesrovires i Martorell. Tot i que la seu de la Masia és Masquefa per territori, Sant Llorenç d'Hortons queda més a prop.

#### 2. Característiques

200m<sup>2</sup>

1 planta

3 sales

1 lavabo

Aire condicionat i calefacció

#### 3. Proximitat

Sant Llorenç d'Hortons → Línia autobusos

Sant Sadurní d'Anoia → Renfe, Línia Autobusos

Masquefa → FGC, Línia Autobusos

Martorell → Renfe, FGC, Línia Autobusos

#### 4. Preu

La Masia Cal Barraquer ja existeix i és de propietat pròpia. Cal canviar la façana i arreglar l'interior d'aquesta. Tot això tindrà un preu de 4.700€.

#### 5. Formes de pagament

Pagament al comptat via targeta de crèdit.

#### Inversions de capital fix

##### Adquisició d'equipament



- Dipòsit amb capacitat de 1000l
- Acer inoxidable amb fons pla
- Càmera d'aire i mànega de sortida
- 650,98€
- 5 unitats
- Pagament al comptat via transferència bancària
- Enviament gratuït

**TOTAL: 3.254,90€**



- Tremuja COMPUT 2 i despalilladora
- Acer inoxidable
- Velocitat 4 m/s
- 17.327,20€
- 1 unitat
- Pagament al comptat via transferència bancària
- Enviament gratuït

**TOTAL: 17.327,20€**



- Equip de fred i calor C2-W3
- Escalfament a temperatura controlada per la fermentació *malolàctica*.
- 5.900,20€
- 1 unitat
- Pagament al comptat via transferència bancària
- Enviament gratuït

**TOTAL: 5.900,20€**



- CIP de neteja
- Bomba centrífuga d'acer inoxidable
- 1 dipòsit de 300l d'aigua per netejar els dipòsits
- 1 unitat
- 3.484,80€
- Pagament al comptat via transferència bancària
- Enviament gratuït

**TOTAL: 3.484,80€**



- Equip combinat per omplir i taponar
- Rendiment de 480 l/h
- Col·loca taps automàticament
- 1 unitat
- 6.413€
- Pagament al comptat via transferència bancària
- Enviament gratuït

**TOTAL: 6.413€**



- Model E20 etiquetadora a dues cares
- Col·locada sobre rodes
- Etiqueta recipients cilindres a dues cares
- 1 unitat
- 7.101,49 €
- Pagament al comptat via transferència bancària
- Enviament gratuït

**TOTAL: 7.101,49€**



- Barrils de roure americà
- Capacitat de 300l
- 10 unitats
- 125,00€
- Pagament al comptat via transferència bancària
- Enviament gratuït

**TOTAL: 1.250€**



- Pupitre de fusta
- Capacitat per 120 ampolles
- 50 unitats
- 139,15€
- Pagament al comptat via transferència bancària
- Enviament gratuït

**TOTAL: 6.957,50€**

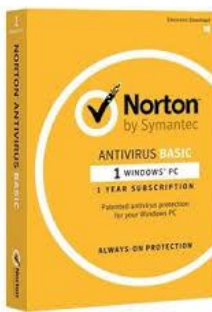
Total de costos en adquisició d'equipaments: **51.689,09€**

## Programes informàtics



- Microsoft Office Hogar y Estudiantes 2016
- Descàrrega digital i ofertes especials
- 2 unitats (per 2 ordinadors)
- 45€
- Pagament al comptat via transferència bancària
- Enviament gratuït

**TOTAL: 90€**



- Antivirus
- Norton TM Security
- 2 unitats (per 2 ordinadors)
- 79,99€ (Preu per 2 anys)
- Pagament al comptat via transferència bancària
- Enviament gratuït

**TOTAL: 159,98€**

Total de costos en programes informàtics: **249,98€**

## Mobiliari



- Ordinador fixe
- Apple iMac
- 2 unitats
- 1.305,59€
- Pagament al comptat via transferència bancària
- Enviament gratuït

**TOTAL: 2.611,18€**



- Impressora (color i negre), Fotocopiadora i Escàner
- Canon Maxify MB 2750 Wifi
- 1 unitat
- 132,56€
- Pagament via transferència bancària
- Enviament gratuït

**TOTAL: 132,56€**



- Cadira d'oficina giratòria
- ALRIK
- 4 unitats
- 24,99€
- Pagament al comptat
- Enviament gratuït

**TOTAL: 99,96€**



- Prestatge d'oficina
- Kallax
- 1 unitat
- 139€
- Pagament al comptat
- Enviament gratuït

**TOTAL: 139€**





- Taula d'oficina
- Linnmon/Alex
- 2 unitats
- 102,99€
- Pagament al comptat
- Enviament gratuït

**TOTAL: 205,98€**


- Paperera
- Dokument
- 2 unitats
- 4,99€
- Pagament al comptat
- Enviament gratuït

**TOTAL: 9,98€**


- Telefonia inàlambrica
- GIGASET A120 Trio
- 1 unitat (incorpora 3 telèfons)
- 35€
- Pagament via transferència bancària
- Cost d'enviament de 5,25€

**TOTAL: 40,25€**
**Total de costos en mobiliari: 3.238,91€**

### Altres inversions

Producte	Punt de venda	Preu
Còpies de claus: 5	Ferreteria Carcassona	20€

**Total de costos en altres inversions: 20€**
**Total d'inversions en capital fix: 55.197,98€**

## Costos de capital fix: amortitzacions, manteniment...

La nostra empresa compte amb un mobiliari molt ampli, des de tota la maquinària necessària per a produir el nostre producte final passant per ordinadors, taules i cadires. Tot i això, la nostra intenció és que el dia de la inauguració de la nostra bodega tot el material sigui nou de primera mà. A més a més, la qualitat de totes les nostres màquines és molt bona, consolidades en els seus respectius sectors, ja que volem que el nostre producte estigui elaborat amb un gran nivell de màquines i que els nostres treballadors estiguin còmodes a l'hora de realitzar les seves tasques. És per això que l'empresa tindrà en compte les amortitzacions a partir del sisè any la nostra maquinària, el mobiliari s'amortitzarà a partir de deu anys mentre que el sistema hardware s'amortitzarà a partir del cinquè any. La furgoneta ja és propietat nostre i té 10 anys. Creiem que el material comprat tindrà una vida llarga i útil.

Pel que fa als programes informàtics, un cop tinguem instal·lat el Microsoft Office el podrem tornar a instal·lar al mateix ordinador. No ho podrem fer amb el sistema antivirus, el Nortom TM Security és l'únic element que reclama una compra bianual, això provoca que cada dos anys s'hagi de renovar i que per tant, tornar a pagar.

Per calcular les amortitzacions, farem servir la fórmula: valor inicial – valor residual (10% valor inicial) / nombre d'anys que s'utilitza (6 la maquinària, 10 el mobiliari i 5 el hardware).

- **Dipòsit 1000l** (5 unitats) =  $(650,98 - 65,098) / 6 = 97,647 \times 5$  (unitats) = **488,24€**
- **Tremuja COMPUT 2** =  $(17.327,20 - 1.732,72) / 6 =$  **2.599,08€**
- **Equip de fred i calor**:  $(5.900,20 - 590,02) / 6 =$  **885,03€**
- **CIP de neteja**:  $(3.484,80 - 348,48) / 6 =$  **522,72€**
- **Equip d'omplir i taponar**:  $(6.413 - 641,3) / 6 =$  **961,95€**
- **Etiquetadora**:  $(7.101,59 - 710,16) / 6 =$  **1.065,24€**
- **Barrils**:  $(125 - 12,5) / 6 = 18,75 \times 10$  (unitats) = **187,50€**
- **Pupitre**:  $(139,15 - 13,92) / 6 = 20,87 \times 50$  (unitats) = **1.043,50€**
- **Mobiliari**:  $(495,17 - 49,52) / 10 =$  **44,57€**

- **Hardware:**  $(2.743 - 274,30) / 5 = 493,74€$

**Total amortitzacions: 8.291,57€**

Pel que fa al manteniment, nosaltres no pagarem cap lloguer perquè el local és propietat nostre. De totes maneres, a l'empresa contractarem els serveis d'una persona de la neteja per al correcte manteniment de les nostres instal·lacions. Aquesta persona treballarà 16 hores mensuals (2 hores per dia durant 2 dies a la setmana) i cobrarà 128€/mes.

SERVEI	PREU
Serveis de neteja	128€
<b>Total:</b>	<b>128€</b>

### Costos d'aprovisionament

SERVEI	DESCRIPCIÓ	PREU	UNITAT	TOTAL
<b>Ampolles de vidre per vi blanc</b>	Ampolla de capacitat de 750ml, forma cilíndrica i color blanc	0,22218€	1 palet (1.624 unitats)	360,82€
<b>Ampolles de vidre per vi rosat</b>	Ampolla de capacitat de 750ml, forma cilíndrica i color verdós	0,21175€	1 palet (1.624 unitats)	343,88€
<b>Ampolles de vidre per vi negre</b>	Ampolla de capacitat de 750ml, forma cilíndrica i color fosc	0,39660€	1 palet (1.392 unitats)	552,07€
<b>Precinte de l'ampolla</b>	Envolta el tap de suro, de color daurat i negre	2,29€	1 palet (5.556 unitats)	12.746,14€
<b>Taps de suro</b>	Tap de suro cilíndric marró	2,63€	2 palets (500 unitats)	2.630€
<b>Etiquetes</b>	Etiquetes 69x61	0,38923€/unitat	700	272,46€

<b>Paper</b>	Abacus: Paper Blanc DinA4	Preu PVP: 1,95	5	9,75€
<b>Tinta</b>	CANON CLI-551	37,24€	2	74,48€
<b>Material d'oficina</b>	Llapis, goma, bolígraf...	20€	-	20€
<b>Paper WC</b>	Paper higiènic	2,67€	2	5,34€
<b>Aigua</b>	Ampolla 8L de Ribes	1,68€	5	8,40€
<b>TOTAL</b>				<b>17.023,34€</b>

\*Aquestes compres no seran mensuals. Ho anirem repartint i no ho comprarem tot de cop. Només l'aigua i el paper WC ho comprarem cada mes. El material d'oficina i la tinta ho comprarem als mesos de febrer i d'agost. El paper el comprarem al gener, al maig i al setembre. Pel que fa a les etiquetes i als taps de suro, ho comprarem al març. El precinte de l'ampolla es farà al març mentre que les ampolles es compraran al juny. Tot això estarà especificat al pressupost d'explotació.

**Taula 9:** Previsió de compres d'aprovisionament al llarg de l'any

GEN	FEB	MAR	ABR	MAI	JUN
- Aigua - WC - Paper	- Aigua - WC - M. Oficina - Tinta	- Aigua - WC - Etiquetes - Taps suro	- Aigua - WC - Precinte	- Aigua - WC - Paper	- Aigua - WC - Ampolles

JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DES
- Aigua - WC	- Aigua - WC - M. Oficina - Tinta	- Aigua - WC - Paper	- Aigua - WC	- Aigua - WC	- Aigua - WC

**Font:** Pròpia

## Costos de personal

PERFIL PERSONAL	Nº	TASQUES A REALITZAR	RESPONSABILITAT	HORARI	SALARIS BRUTS
President	1	Ell serà un pagès més. És la seva feina de tota la vida, però és el propietari de les vinyes i de la bodega	Màxima. És el soci i propietari de tots els terrenys de la bodega. Ell no dirigirà l'empresa en temes burocràtics, ja que ell és pagès.	De 8 a 14h i de 16h a 19h	2.200€
Director	1	Dirigeix l'equip de treball i la part administrativa	És el fundador i creador de l'empresa. Per sobre seu té al President.	De 9 a 14h i de 17h a 20h	1.850€
Director de Comunicació	1	Vendre el producte. Parlar amb proveïdors i clients. Encarregat de la comunicació	Per sobre només té al director. Per sota té a tot l'equip de treball.	De 9 a 14h i de 17h a 20h	1.750€
Enòleg	1	Treballa dins el magatzem. Controla la producció i qualitat del vi.	Es troba per sobre dels treballadors de màquines. Ell decideix si el procés va bé o no.	De 9 a 14h i de 17h a 20h	1.350€
Treballador de màquines	2	Controladors de les màquines del procés d'elaboració	Els treballadors de màquines es troben al nivell més baix, amb el transportista i pagès	Per torns (de 6 a 14h/de 14h a 22h)	1.125€
Transportista	1	Traslladar el producte al client	El transportista té al director, al DirCom i a l'enòleg per sobre	8 hores diàries a definir	1.125€
Pagès	2	Encarregat de la vinya, el cultiu del raïm	Els pagesos també es troben anivellats amb els de màquines i el transportista	De 8 a 14h i de 16h a 19h	1.250€
<b>TOTAL:</b>					<b>13.025€/mes</b>

Al cost de personal (remuneració bruta) se li haurà de sumar el 30% de Seguretat Social. Així doncs, el **cost de l'empresa pels salaris serà de 16.932,50€.**

Remuneració bruta	<b>13.025€</b>
Seguretat Social	<b>3.907,50€</b>
<b>Total:</b>	<b>16.932,50€</b>

## Altres costos de producció

### Comunicacions (telefonía, internet...)

Pel que fa a les comunicacions, la nostra empresa que està ubicada a Cal Barraquer, té contractats els serveis de telefonia mòbil a la companyia Movistar. Com que a l'oficina necessitem telefonia, internet, i a més a més posarem una televisió, tenim contractada amb aquesta companyia l'oferta Fusion + Futbol Total, que inclou els tres serveis per 80€ al mes. Això inclou fibra simètrica de 600MB, que ha d'alimentar als 2 ordinadors de l'oficina, a més de trucades a fixes il·limitades i *Roaming* UE.

SERVEI	PREU
Telefonia + Internet + Telefonia	80€/mes
<b>Total:</b>	<b>80€/mes</b>

### Subministraments (electricitat, aigua...)

Els serveis de subministraments els tenim contractats amb dues empreses diferents. La primera és ENDESA, amb la qual tenim contractats els serveis d'electricitat, que han de poder donar energia als 2 ordinadors que tenim i ha de poder donar llum a tota la nostra bodega, a més de subministrar energia als diferents endolls que hi ha l'oficina. El preu de la tarifa mensual a aquesta companyia és de 85€/mes. Pel que fa als serveis de l'aigua, com que estem ubicats prop de Sant Llorenç d'Hortons, tenim contractats els serveis de l'empresa Sorea, empresa encarregada de la gestió de les aigües del poble. El preu de la quota mensual és de 70€.

SERVEI	PREU
Electricitat	85€/mes
Aigua	70€/mes
<b>Total:</b>	<b>155€/mes</b>

### Transport (desplaçaments, dietes...)

La nostra empresa no es farà càrrec del mitjà de transport el qual els nostres treballadors arribin a la bodega, tot i que el nostre objectiu és que tots els treballadors siguin de la zona, coneixedors tant de la producció com de l'elaboració del vi. L'empresa sí que es farà càrrec del cost de la furgoneta que transportarà el producte al client, i de la dieta del transportista en cas que el viatge sigui llarg, tal com vam explicar al pla de màrqueting, la nostra furgoneta tindrà un cost d'uns 536€ al mes.

SERVEI	PREU
Transport	536€/mes
<b>Total:</b>	<b>536€/mes</b>

### Serveix externs

La nostra bodega elaborarà tot el vi amb maquinària pròpia. L'únic servei extern en el procés del nostre producte serà la contractació del pagès Albert Llerda València, propietari d'una màquina de collir que serà l'encarregat de collir les nostres 40 hectàrees i traslladar el raïm fins a la nostra bodega ubicada a Cal Barraquer. Albert Llerda viu al Torrent Fondo, Sant Llorenç d'Hortons, a 2 minuts en cotxe de la nostra bodega. El seu servei només serà durant la verema, el moment de collir el raïm, que cada any variarà però que serà a finals d'agost i a principis de setembre. El seu servei és de 100€/hora, i calculem que per collir totes les nostres vinyes es triga un mínim de 80 hores. Els costos de collir a màquina per a la nostra empresa serà de 8.000€, però només serà un cop l'any.

SERVEI	PREU
Màquina de collir	100€/hora
<b>Total:</b>	<b>8000€</b>

SERVEI	PREU
Comunicacions	80€/mes
Subministraments	155€/mes
Transport	536€/mes
Màquina de collir (setembre)	8000€
<b>Total:</b>	<b>771€/mes + 8.000€ (setembre)</b>

**Total altres costos de producció: 771€/mes + 8.000€ al setembre**

### Costos de comercialització (establerts a pla de màrqueting)

#### Distribució

Com ja hem comentat, el nostre producte es distribueix arreu del territori català a través d'una furgoneta pròpia i un treballador transportista encarregat exclusivament de fer arribar el producte al client particular o ja sigui a les diferents botigues especialitzades. El cost de distribució mensual de les ampolles de vi serà de 536€. Aquest preu surt calculant que la nostra furgoneta gastarà en gasolina uns 70€ a la setmana, a un preu del dièsel de 1,20€/litre. A més a més de sumar les dietes del transportista i el desgast de la furgoneta. Com que el nostre producte pretén arribar a qualsevol indret de Catalunya, hem imposat una taxa de 2€ per cada 100 quilòmetres que hagi de recórrer la nostra furgoneta a partir de Cal Barraquer, indret de la nostra bodega. Això ens permetrà reduir costos en la distribució o del mateix producte. En definitiva, implica que els nostres clients de més el sud de Cambrils, hauran de pagar una taxa de 2€. Cap a l'oest, el límit és Tàrrrega i cap al nord, el límit per no pagar la taxa de 2€ és Solsona i Malgrat de Mar. Més lluny d'aquestes localitats creiem que tindrem un nombre de clients més reduït, per la qual cosa rebrem uns 30€ de taxes.

SERVEI	PREU
Distribució a Catalunya	536€/mes
Taxes imposades	30€/mes
<b>Total:</b>	<b>506€/mes</b>



**Mapa 1:** Limitació geogràfica dels 100 quilòmetres a partir de la nostra ubicació, Cal Barraquer (punt negre).



**Font:** Elaboració pròpia

## Comunicació empresarial

Per tal de fer-nos conèixer com un vi de qualitat, des de la nostra bodega farem un seguit d'accions per a fer ressò de l'empresa. Pel que fa a les xarxes socials, Twitter, Facebook i Instagram, i de l'ús de la plataforma Wix per a fer la web, el cost mensual i anual és gratuït, ja que són serveis que no generen cap cost. La nostra Directora de Comunicació es farà càrrec d'aquestes plataformes.

Per altra banda, estarem en constant presència a les diferents fires de vi de tot el territori de Catalunya, com al Vi Art de Sant Llorenç d'Hortons al mes d'abril, el Cavatast de Sant Sadurní d'Anoia a l'octubre, les fires de maig a Vilafranca

del Penedès o a la seva festa major a l'octubre, o a la Fira del Vi a Vilanova i la Geltrú.

- **Costos inicials de llançament**

Per tal d'informar sobre la nostra existència i transmetre a les escoles d'enòlegs i a possibles consumidors els nostres objectius i valors, participarem en conferències i xerrades de les principals escoles de Catalunya, com ara a l'Escola de Viticultura d'Espiells. Això tindrà un cost de 350€/any, amb el cost del viatge inclòs. També farem publicitat als mitjans de comunicació de l'Alt Penedès, *la Fura*, *el 3 de 8*, *Ràdio Vilafranca* o a la revista especialitzada *La Guia de Vins de Catalunya*, de l'obertura d'una nova bodega de vi a l'Alt Penedès, amb un cost de 550€/any. Aquesta publicitat només la posarem a l'inici de la bodega i per Nadal, tot i que les conferències i xerrades les anirem fent al llarg de l'any, és a dir, quan la bodega estigui en ple funcionament.

- **Costos d'esdeveniment de l'exercici econòmic**

Crearem unes portes obertes de la nostra bodega amb tast dels nostres productes el 12 d'octubre i el 27 de maig, amb un cost de 2.200€.

Participarem en les principals fires de vi de Catalunya, que tindrà un cost de 4000€/any, sumant viatges i sou, però allà vendrem el nostre producte i el donarem a conèixer. També participarem en totes les campanyes a favor de la DO Penedès, de la DO Catalunya i de l'Enoturisme Penedès, amb un cost de 200€/any entre viatges i dietes.

SERVEI	PREU
Xarxes Socials	Gratuït
Conferències i xerrades	350€/any
Publicitat	550€/any
Jornada de portes obertes	2.200€/any
Participació fires de vi	4.000€/any
Campanyes DO Penedès	200€/any
<b>Total:</b>	<b>7.300€/any</b>

**Total costos de comercialització: 7.300€/any**

## Costos generals d'administració

La nostra bodega té contractats els serveis d'una assegurança per comerços amb l'asseguradora MAPFRE, que assegura el pagament garantit en cas d'algun incident a la bodega, com a lloc tangible. Els costos d'aquesta assegurança són de 135€/mes, és a dir, 1.620€/any.

A part d'això, la bodega paga als seus treballadors una revisió mèdica cada 4 mesos, per a prevenir possibles problemes de salut i assegurar-se que els treballadors estan treballant en les millors condicions de salut possible. El cost de cada revisió és de 75€/persona, cosa que fa un total de 225€/any al final de l'any, que són 3 revisions anuals. Aquestes xifres per persona fan total de 2.025€/any, ja que hi ha 9 treballadors en nòmina. Les revisions es fan a l'Hospital General de Vilafranca del Penedès, situat al C/ de l'Espirall, 08720 Vilafranca del Penedès (Barcelona).

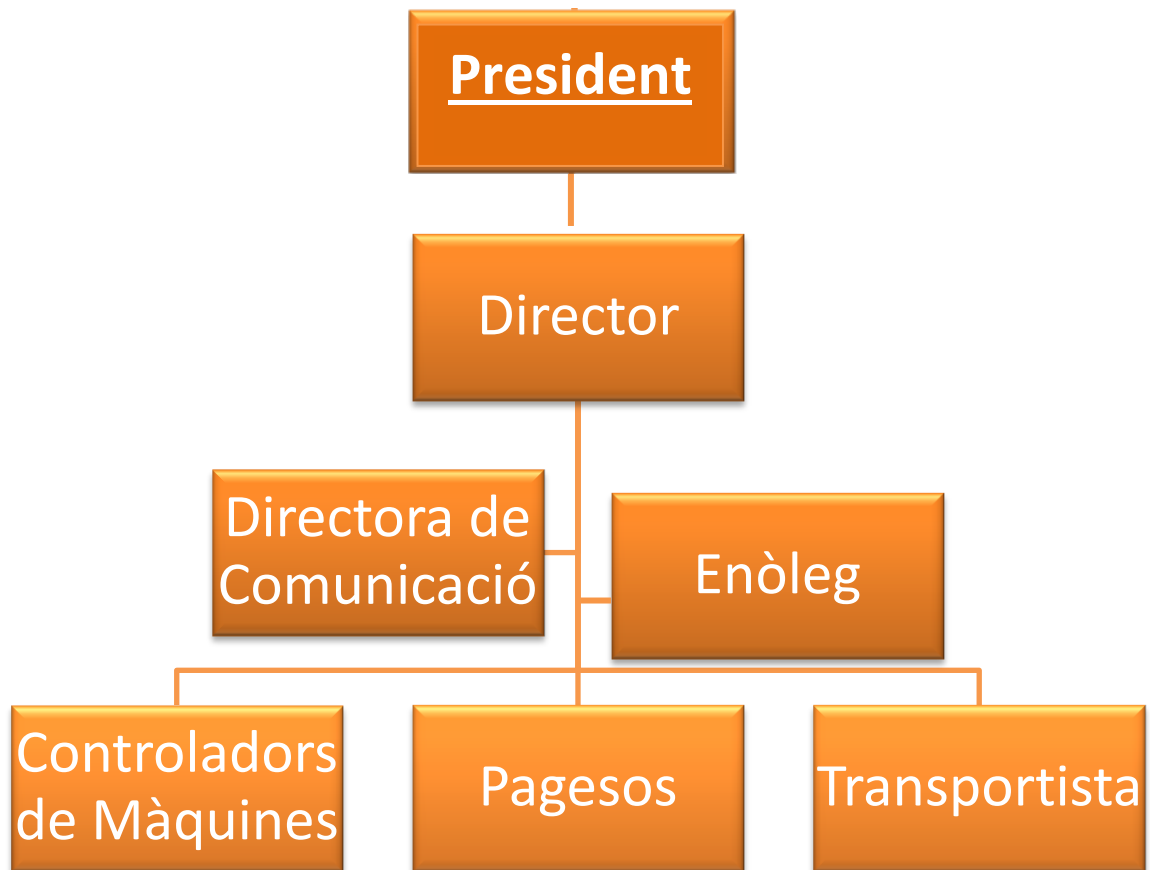
SERVEI	PREU
Assegurança	1.620€/any
Revisions mèdiques	2.025€/any
<b>Total:</b>	<b>3.645€/any</b>

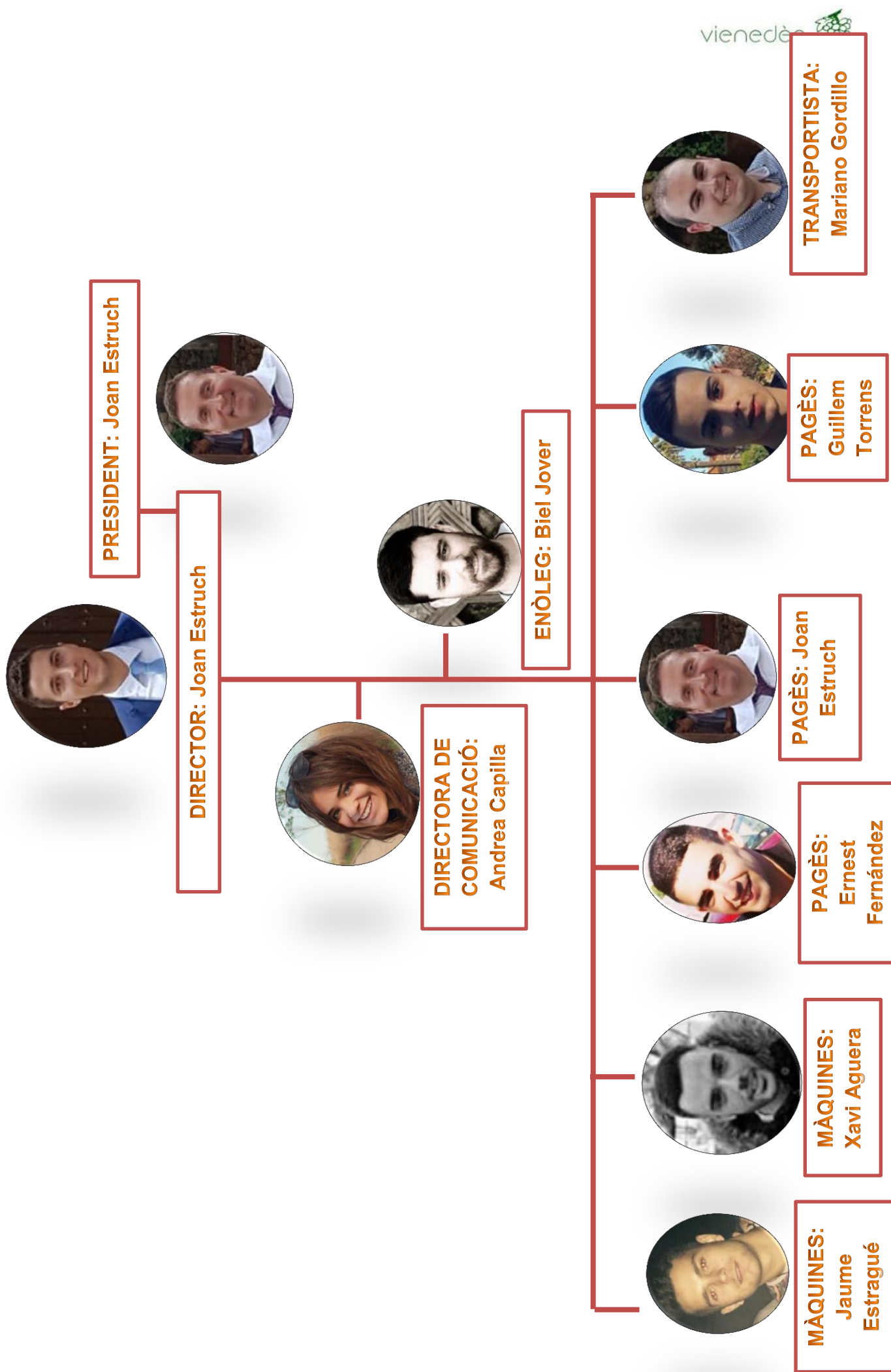
**Total costos generals d'administració: 3.645€/any**

## Organigrama

Per a la realització i producció del nostre producte es necessita un treball organitzat, amb molta comunicació entre els diferents apartaments i sobretot, sempre amb la motivació i energia d'intentar produir el millor producte possible acord amb les nostres possibilitats. El model de direcció de l'empresa és un model de comunicació vertical descendent. El President es situa a l'esglaó més alt de tots. Ell és el soci i propietari de les vinyes i de la bodega, tot i que la seva tasca diària serà la de pagès. Per sota seu es troba el Director que, amb l'ajuda de la Directora de Comunicació, organitza i controla la resta de funcions administratives i de màrqueting. La Directora de Comunicació serà la seva mà dreta tot i que a un esglaó per sota. La Directora de Comunicació s'encarrega de parlar amb els clients, amb els proveïdors, de les xarxes socials, també de la gestió administrativa i del dia a dia a l'oficina. En l'absència del Director, és la Directora de Comunicació qui exerceix la seva tasca.

Un esglaó per sota es troba l'enòleg. Ell no treballarà a l'oficina, ell estarà present a la bodega controlant que el procés i elaboració del nostre vi està anant correctament. Ell treballarà a la bodega juntament amb dos controladors de màquines, que seran qui mouran, desplaçaran, corregiran i realitzaran qualsevol tasca dins la bodega, sota la supervisió de l'enòleg. El transportista serà l'encarregat de traslladar el producte al client, sigui al particular o al consumidor industrial. Finalment, i no menys important, es troben els tres pagesos. Ells són els qui controlen la nostra matèria primera, bàsics per a produir un producte de qualitat. Els pagesos treballaran tot l'any a la vinya, treballant amb el cep perquè el raïm creixi sense problema i de qualitat.





## **4. PLA FINANCER**

## Pla Financer

### 1. Pressupost de capital

FINANÇAMENT		INVERSIÓ	
<u>Concepte</u>	<u>Import</u>	<u>Concepte</u>	<u>Import</u>
Recursos propis – Capital social	20.000€	<b>Despeses: despeses de constitució i posada en funcionament</b>	<b>2.193,39€</b>
Préstecs	22.356,91€	<b>Immobilitzat immaterial</b>	<b>679,52€</b>
Subvencions	26.700€	<b>Patents i marques</b>	429,54€
		<b>Software informàtic</b>	249,98€
		Microsoft Office	90€
		Antivirus Norton TM	159,98€
		<b>Immobilitzat material</b>	<b>60.164€</b>
		<b>Terrenys i construccions</b>	4.700€
		Reparacions	4.700€
		<b>Maquinària</b>	51.689,09€
		Dipòsit 1000l	3.254,90€
		Tremuja COMPUT 2	17.327,20€
		Equip de fred i calor	5.900,20€
		CIP de neteja	3.484,80€
		Omplir i taponar	6.413€
		Etiquetadora	7.101,49€
		Barrils	1.250€
		Pupitres de fusta	6.957,50€
		<b>Mobiliari</b>	495,17€
		Cadira d'oficina	99,96€
		Prestatge d'oficina	139€
		Taula d'oficina	205,98€
		Paperera	9,98€
		Telefoni inalàmbrica	40,25€
		<b>Hardware</b>	2.743,74



		Ordinador fixe	2.611,18€
		Impressora	132,56€
		<b>Elements de transport</b>	-
		Furgoneta pròpia	-
		<b>Altres</b>	<b>20€</b>
		Còpia de claus	20€
		<b>Saldo inicial de tresoreria</b>	<b>6.000€</b>
<b>TOTAL RECURSOS</b>	<b>69.056,91€</b>	<b>TOTAL INVERSIONS + SALDO INICIAL de tresoreria</b>	<b>69.056,91€</b>

- **\*Préstec:** El préstec està demanat al banc BBVA, té un valor de 22.356,91€ i ha de ser retornat el gener del 2023 amb un 5,7% d'interessos.
- **\*Subvenció:** tal com està explicat al pla de màrqueting, rebem una subvenció de 26.700€ per part de la Generalitat de Catalunya, que tal com apunta al Reial Decret 5/2018, la subvenció pot arribar fins a un 40% de la inversió. A més a més, també rebem una ajuda de la DO Penedès com a emprenedors i per l'obertura d'una bodega sota la seva marca.

## 2. Pressupost d'exploració

	GEN	FEB	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DES	TOTAL
<b>Ingressos</b>													
Vendes producte	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	3.090,00 €	5.053,00 €	5.710,00 €	7.373,00 €	10.270,00 €	13.304,00 €	44.800,00 €
Vendes publicitat	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Altres ingressos (fines de vi)				375,00 €	400,00 €					550,00 €		425,00 €	1.750,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>375,00 €</b>	<b>400,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>3.090,00 €</b>	<b>5.053,00 €</b>	<b>5.710,00 €</b>	<b>7.923,00 €</b>	<b>10.270,00 €</b>	<b>13.729,00 €</b>	<b>46.550,00 €</b>
<b>Despeses</b>													
Compres	23,45 €	108,20 €	2.916,20 €	12.759,88 €	23,45 €	1.270,51 €	13,74 €	108,20 €	23,45 €	13,74 €	13,74 €	13,74 €	17.288,30 €
Sous	13.025,00 €	13.025,00 €	13.025,00 €	13.025,00 €	13.025,00 €	13.025,00 €	13.025,00 €	13.025,00 €	13.025,00 €	13.025,00 €	13.025,00 €	13.025,00 €	156.300,00 €
Seguretat Social	3.907,50 €	3.907,50 €	3.907,50 €	3.907,50 €	3.907,50 €	3.907,50 €	3.907,50 €	3.907,50 €	3.907,50 €	3.907,50 €	3.907,50 €	3.907,50 €	46.890,00 €
Comissions							425,10 €	686,40 €	695,55 €	817,20 €	1.094,25 €	1.419,00 €	5.137,50 €
Lloguers													0,00 €
Transports							536,00 €	536,00 €	536,00 €	536,00 €	536,00 €	536,00 €	3.216,00 €
Subministraments	166,00 €	166,00 €	166,00 €	166,00 €	166,00 €	166,00 €	166,00 €	166,00 €	166,00 €	166,00 €	166,00 €	166,00 €	1.992,00 €
Comunicacions	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	960,00 €
Serveis externs	128,00 €	128,00 €	128,00 €	128,00 €	128,00 €	128,00 €	128,00 €	128,00 €	128,00 €	128,00 €	128,00 €	128,00 €	9.536,00 €
Amortitzacions	687,25 €	687,25 €	687,25 €	687,25 €	687,25 €	687,25 €	687,25 €	687,25 €	687,25 €	687,25 €	687,25 €	687,25 €	8.250,71 €
Publicitat, promocions	150,00 €	200,00 €	35,00 €	45,00 €	950,00 €	30,00 €	30,00 €	550,00 €	300,00 €	910,00 €	300,00 €	2.900,00 €	6.400,00 €
Assegurança MAPFRE	135,00 €	135,00 €	135,00 €	135,00 €	135,00 €	135,00 €	135,00 €	135,00 €	135,00 €	135,00 €	135,00 €	135,00 €	1.620,00 €
Revisions mèdiques	675,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	675,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	675,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	2.025,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>18.977,20 €</b>	<b>18.436,95 €</b>	<b>21.079,95 €</b>	<b>30.933,63 €</b>	<b>19.777,20 €</b>	<b>19.429,26 €</b>	<b>19.133,59 €</b>	<b>20.009,35 €</b>	<b>28.368,75 €</b>	<b>20.405,89 €</b>	<b>20.072,74 €</b>	<b>23.001,20 €</b>	<b>259.615,51 €</b>
<b>Resultat d'exploració</b>	<b>-18.977,20 €</b>	<b>-18.436,95 €</b>	<b>-21.079,95 €</b>	<b>-30.558,63 €</b>	<b>-19.377,20 €</b>	<b>-19.429,26 €</b>	<b>-16.043,59 €</b>	<b>-14.956,35 €</b>	<b>-22.648,75 €</b>	<b>-12.482,69 €</b>	<b>-9.802,74 €</b>	<b>-9.272,20 €</b>	<b>-213.065,51 €</b>
<b>(-) Despeses financeres</b>	<b>1.061,95 €</b>	<b>1.061,95 €</b>	<b>1.061,95 €</b>	<b>1.061,95 €</b>	<b>1.061,95 €</b>	<b>1.061,95 €</b>	<b>1.061,95 €</b>	<b>1.061,95 €</b>	<b>1.061,95 €</b>	<b>1.061,95 €</b>	<b>1.061,95 €</b>	<b>1.061,95 €</b>	<b>12.743,40 €</b>
<b>RESULTAT ORDINARI D'EXPLOTACIÓ</b>	<b>-20.039,15 €</b>	<b>-19.498,90 €</b>	<b>-22.141,90 €</b>	<b>-31.620,58 €</b>	<b>-20.439,15 €</b>	<b>-20.491,21 €</b>	<b>-17.105,54 €</b>	<b>-16.018,30 €</b>	<b>-23.710,70 €</b>	<b>-13.544,64 €</b>	<b>-10.864,69 €</b>	<b>-10.334,15 €</b>	<b>-225.808,91 €</b>

## 5. Estructura jurídica-econòmica i tràmits de constitució

La forma jurídica de la bodega Vienedès és de Societat Limitada. Per això, hi ha una sèrie de passes a seguir abans de posar en marxa la nostra empresa. Hem estat valorant opcions, i finalment farem nosaltres tot el procés. Primer de tot, és important tenir en compte la inscripció de la nostra empresa en el Registre Mercantil. Abans de poder inscriure'ns, és necessari que el Registre Mercantil Central tingui constància que l'empresa s'encarregarà de complir amb totes les obligacions i drets a les relacions jurídiques, igual que la seva expressió nominativa. Aquest certificat serà demanat a la pàgina web del Registre Mercantil Central, indicant el nom dels beneficiaris, que serà el nom del President i Director de Vienedès (Joan Estruch Rigol i Joan Estruch Rovira).

- El certificat tindrà un cost de **13,52€** per correu certificat, i arribarà en un mínim de 24 hores laborals. Es cobrarà **3,65 €** de costos d'enviament, més el 21% d'IVA, és a dir, un total de **23,46€**.

Una vegada tenim el certificat necessari, haurem de firmar l'Escriptura de Constitució davant del notari. En aquesta Escriptura hi constarà els nostres noms, nacionalitat i domicili, denominació social, finalitat social, capital social, si tenim aportacions de socis, important del fons de reserva legal, domicili, duració, forma d'administració, nomenament dels administradors, forma de repartiment de guanys i pèrdues entre els socis i casos en el qual la societat hagi de dissoldre's.

- Cost inscripció d'Escriptura Constitucional: **150€**, ja que el nostre capital social és superior a 3.000€. Més el 21%, és a dir, **181,50€**.

Els impostos de Transmissions Patrimonials i Actes Jurídics és un import fixe gravat per totes les empreses espanyoles. Té en compte les transmissions patrimonials (la compravenda d'habitatges i l'ampliació de capital), actes jurídics documentats marcats per una quota fixa i una altra variable, operacions societàries (té en compte la constitució, augment o disminució del capital social):

- La inscripció al Registre Mercantil, que es farà mitjançant un formulari que es troba a la pàgina web del Registre Mercantil, adjuntant els altres costos prèviament calculats. Si no es paga la quota de Registre Mercantil quan toca, la multa pot ascendir a 250/300 euros: **COST TOTAL INSCRIPCIÓ: 123,78€**, depenent de les característiques de l'empresa.
- Liquidació ITP i AJD: Impost de Transmissions Patrimonials i Actes Jurídics: Segons el Ministeri d'Economia, Indústria i Competitivitat, aquests impostos es calculen aplicant l'1% del Capital Social. És a dir, si tenim 20.000€ de capital social, l'ITP i AJD serà de **200€**.
- Legalització i firmat de llibres al Registre Mercantil: una vegada acabada l'Escriptura de Constitució, l'hauréu de legalitzar i formar posteriorment a partir d'emplenar uns formularis dins del Registre Mercantil que regulen els honoraris i les formes de pagaments per a la legalització d'aquests:
  - **Instància al Registre Mercantil:** 7€
  - **Llibre d'actes i socis:** 702,30€
  - **Legalització llibres a Registre Mercantil:** 455,45€

Total de costos legalització i firma al Registre: **1.164,76€**

**Total costos externs a la constitució Societat Limitada: 2.193,39€**

**Vienedès** serà el nom comercial del nostre producte. Hem decidit formar part d'una Societat Limitada per tal de poder aportar capital social i en un futur, possibles aportacions de diferents socis o fins i tot dels mateixos treballadors. A més a més, no responem nosaltres als deutes socials que puguin aparèixer. El nostre capital social serà de 20.000€ (directament del President de l'empresa amb una petita aportació del Director). De totes maneres, comptem amb les aportacions futures de gent interessada amb el nostre projecte. Com que l'empresa té un nom comercial propi, també haurà de pagar patents i marques:

- Nom comercial: 302,53€
- Registre: 110,61€
- Certificacions: 16,40€

**Total costos de patents i  
marques: 429,54€**

## 6. Conclusions

A partir del treball realitzat i després d'analitzar el pressupost d'explotació, hem pogut observar que el primer any la balança entre ingressos i despeses acaba amb un dèficit de 225.808,91€. Tot i que esperàvem finalitzar el primer any amb pèrdues, el resultat final és més elevat del que imaginàvem. Per altra banda, la inversió inicial necessària per a poder tirar endavant el projecte la trobem accessible, amb 20.000€ aportats pel President de Vinedès, un préstec per la mateixa quantitat i una subvenció de la Generalitat de Catalunya.

Tot i aquests resultats, ens mantenim amb els peus a terra. Hem de ser conscients que el nostre producte no surt al mercat fins al juliol, i és en aquests primers mesos quan hem d'anar pagant la maquinària i el mobiliari. Precisament aquest potser ha estat un dels grans errors del projecte. Hem creat una bodega amb un material molt bo i consolidat en el sector, la qual cosa té un preu elevat. Tanmateix, el fet d'elaborar tot el procés del vi té un gran cost, i potser comprar matèria primera a diferents proveïdors serà una opció a tenir en compte de cara al futur per reduir despeses, i la nostra matèria primera seguir venent-la a altres bodegues per mantenir un benefici segur. Per tant, també creiem que potser hem volgut gestionar un terreny massa ampli per a nosaltres, que som una petita empresa. Inclús hem hagut de reduir el nostre públic, ja que al principi volíem tenir com a públic objectiu tot el territori espanyol, acabant sent un producte pel territori català, almenys a l'inici.

A més a més, també ha estat necessari reduir costos de personal i costos de producció per intentar ajustar les despeses. Fins i tot, en un futur, no descartem ajustar la plantilla. En un principi, la nostra empresa comptarà amb 2 homes de màquines, 1 enòleg i 1 transportista. Volem que cadascú realitzi la seva tasca i no la de l'altre, però no descartem reduir-nos a 1 home de màquines, que sigui també el transportista, i a l'enòleg que també s'encarregui de les màquines.

Creiem imprescindible però tenir una gran inversió en la nostra comunicació. És fonamental participar i ser actius ja sigui en fires de vi, en taules rodones o realitzar portes obertes al públic. Volem que el nostre missatge empresarial arribi al client de forma clara. Per això, un dels èxits de la nostra bodega serà participar en fires de vi ja abans de traure el producte del mercat, fent publicitat

i promocionar el nostre producte. Un missatge que voldrà transmetre felicitat, amistat i bona companyia. Volem que el nostre producte acompanyi a les famílies a les celebracions, en dinars familiars o sempre acompanyat d'un moment òptim, un instant, tal com diu el poema a l'inici del projecte, un instant que no tornarà mai més.

Com ja hem dit, hem de tenir els peus a terra i hem de ser conscients que el principal objectiu del primer any era fidelitzar un públic sòlid, establir una base i que Vinedès sigui conegut, com a mínim, als bevedors de vi de l'àrea metropolitana de Barcelona. L'evolució del balanç mostra com les despeses, tant del primer trimestre com del segon, es van recuperant de forma positiva durant el tercer trimestre, símptoma clar de la consolidació de la nostra bodega, i també que durant el Nadal serà quan tindrem més èxit.

Per tant, a partir dels resultats mostrats, arribem a la conclusió que la nostra poca experiència i la nostra motivació de poder arribar a elaborar tot el procés ens ha fet arribar a un dèficit molt gran. La nostra ambició en créixer i en lluitar per anar guanyant territori, català i espanyol, provocarà que Vinedès vagi creixent fins a arribar a obtenir beneficis i tirar endavant aquest projecte. Haurem d'anar corregint errors i potenciar-nos en les nostres virtuts, però creiem que la compra en línia del client pot ser una de les claus de l'èxit de Vinedès, amb un públic que cada cop més busca la comoditat de tenir el producte a casa seva.

## 7. Bibliografia

- 10 d'abril (2018). Recuperat de <https://www.10dabril.com/>
- ABACUS (2018). *Paper Blanc Abacus A4*. Recuperat de <https://online.abacus.coop/ca/paper-blanc-abacus-a4-80gr100f.html>
- Acosta, Isabel (26 agost 2017). España es el país con más capacidad de crecimiento del PIB en la Eurozona: Grecia es el Estado más rezagado; Alemania e Irlanda exhiben sobrecapacidad. *El Economista*. Recuperat de <http://www.eleconomista.es/economia/noticias/8571147/08/17/Espana-es-el-pais-con-mas-capacidad-de-crecimiento-del-PIB-en-la-eurozona.html>
- Agrodigital.com (27 setembre 2017). *El futuro del sector del vino depende de un aumento a corto-medio plazo*. Recuperat de <https://www.agrodigital.com/2017/09/27/el-futuro-del-sector-del-vino-depende-de-un-aumento-del-consumo-a-corto-medio-plazo/>
- Ajuntament de Cassà (2018). *Comercial Suro Tap SL*. Recuperat de <http://www.cassa.cat/empreses/index.php/empreses/suro/empreses-de-suro/empre476>
- Àrea Metropolitana de Barcelona (2018). *Población*. Recuperat de <http://www.amb.cat/es/web/area-metropolitana/coneixer-l-area-metropolitana/poblacio>
- Apple (2018). *iMac*. Recuperat de <https://www.apple.com/es/shop/buy-mac/imac>
- Ara (2018). *Mapa de Catalunya*. Recuperat de [https://www.ara.cat/politica/BOE-comarques-Nogal-Brena-Marisma\\_0\\_1911408955.html](https://www.ara.cat/politica/BOE-comarques-Nogal-Brena-Marisma_0_1911408955.html)
- BBVA (2018). *Empresas*. Recuperat de <https://www.bbva.es/empresas/index.jsp>
- BCN Gourmet (2018). *38 botigues de Barcelona de Vi*. Recuperat de <http://www.bcn gourmet.com/cat/restaurants-barcelona.asp&lista=vi>
- Castro, Cristina (28 febrer 2017). La Rioja y Extremadura, las comunidades donde menos vino se bebe. *El Independiente*. Recuperat de

<https://www.elindependiente.com/economia/2017/02/28/la-rioja-y-extremadura-las-comunidades-donde-menos-vino-se-bebe/>

- Caves Llopart (2018). Recuperat de <http://www.llopart.com/es/>
- Consejo de Consumidores (2017). *Encuesta sobre Hábitos de Consumo*. Recuperat de <http://www.consumo-ccu.es/informes/encuestaHabitosConsumo.pdf>
- Consell Regular del Cava (2018). Recuperat de <http://www.docava.es/>
- Cordero, D. (22 febrer 2018). El vi català es fa fort a casa: el 36% del vi consumit al Principat és de les denominacions d'origen local, que superen els de la Rioja. Ara. Recuperat de [https://www.ara.cat/economia/vins-catalans-reforcen-lideratge-Catalunya\\_0\\_1965403600.html](https://www.ara.cat/economia/vins-catalans-reforcen-lideratge-Catalunya_0_1965403600.html)
- Díaz, Marcelino (2015). *El Sector Vitivinícola*. Recuperat de <https://www.unex.es/conoce-la-uex/centros/eia/archivos/iag/2015/2015-07-el-sector-vitivinicola.pdf>
- Digital License (2018). *Microsoft Office Hogar y Estudiantes 2016*. Recuperat de [https://www.digitallicense.nl/microsoft-office-hogar-y-estudiantes-2016/?\\_store=es&\\_from\\_store=default&gclid=CjwKCAjww6XXBRByEiwAM-ZUIAYY6QyUH-W4CfxwS63c0dD5NYbiH9Xv10r4xFwpiLdTAB0b7UGDGxoCJckQAvD\\_BwE](https://www.digitallicense.nl/microsoft-office-hogar-y-estudiantes-2016/?_store=es&_from_store=default&gclid=CjwKCAjww6XXBRByEiwAM-ZUIAYY6QyUH-W4CfxwS63c0dD5NYbiH9Xv10r4xFwpiLdTAB0b7UGDGxoCJckQAvD_BwE)
- Distribuïdora Aribau (1 febrer 2018). *El consumo habitual de vino en España se sitúa en un 72%*. Recuperat de <http://www.aribau.es/el-consumo-habitual-de-vino-en-espana-se-situa-en-el-72/>
- El Periódico (27 febrer 2018). La producción de vino en España bajó un 15% en el 2017. A nivel, la elaboración de esta bebida cayó un 8,2%. Recuperat de <https://www.elperiodico.com/es/economia/20180226/la-produccion-de-vino-en-espana-bajo-un-15-en-2017-segun-estudio-de-eae-6652107>
- El Portal de Estadísticas Statista (2016). *La industria del vino en España. Datos estadísticos*. Recuperat de <https://es.statista.com/temas/2734/industria-del-vino/>
- Eudald Massana Noya (2018). Recuperat de <http://massananoya.com/?locale=es>



- Federació Española de Vino (2018). *El Sector*. Recuperat de [http://www.fev.es/v\\_portal/apartados/apartado.asp?te=29](http://www.fev.es/v_portal/apartados/apartado.asp?te=29)
- Generalitat de Catalunya (2017). *Estudi sobre l'ús del comerç electrònic en el comerç*. Recuperat de [http://ccam.gencat.cat/ca/detalls/noticia/20171019\\_estudi\\_ecommerce](http://ccam.gencat.cat/ca/detalls/noticia/20171019_estudi_ecommerce)
- Gramona (2018). Recuperat de <http://www.gramona.com/>
- Hierro, J.J., Andonegui, C. i Xancó, S. (2017). España es el tercer productor mundial de vino, con 37,8 millones de hectolitros producidos en 2016: Panorama actual, y perspectivas del sector vitivinícola. *EAE Business School*. Recuperat de <https://www.eae.es/actualidad/faculty-research/espa%C3%B1a-es-el-tercer-productor-mundial-de-vino-con-37-8-millones-de-hectolitros-producidos-en-2016>
- IDESCAT (2017). *Població de Catalunya per comarques*. Recuperat de <https://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=246&lang=es>
- IKEA (2018). *Cadira giratòria*. Recuperat de <https://www.ikea.com/es/es/catalog/products/20210894/>
- IKEA (2018). *Paperera Dokument*. Recuperat de <https://www.ikea.com/es/es/catalog/products/80153254/>
- IKEA (2018). *Taules d'oficina*. Recuperat de <https://www.ikea.com/es/es/catalog/categories/departments/workspaces/11811/>
- Institut Català de la Vinya i el Vi (INCAVI) (2018). *Denominacions d'origen protegides*. Recuperat de <http://incavi.gencat.cat/ca/denominacions-origen-protegides/introduccio/>
- JUVASA (2018). *Ampolla vi blanc*. Recuperat de <https://www.juvasa.com/es/65/botellas-para-vino/492/bordelesa-ecova-estandar-75--750ml-corcho-std-185>
- JUVASA (2018). *Ampolla vi negre*. Recuperat de <https://www.juvasa.com/es/65/botellas-para-vino/963/bordelesa-ecova-estandar-75--750ml-corcho-std-185>

- JUVASA (2018). *Precinte ampolla*. Recuperat de <https://www.juvasa.com/es/175/precintos-botellas/493/precinto-botella-de-vino-dorado>
- Lorenzana, D. (31 gener 2017). ¿Cuánto paga tu empresa por ti? Quizá más de lo que piensas. *Pymes i Autonomos*. Recuperat de <https://www.pymesyautonomos.com/fiscalidad-y-contabilidad/cuanto-paga-tu-empresa-por-ti-quiza-mas-de-lo-que-piensas>
- Magusa. *Material Vinicola*. Recuperat de [http://www.magusa.es/pdfs/magusa\\_vinicola\\_web.pdf](http://www.magusa.es/pdfs/magusa_vinicola_web.pdf)
- Mascaró (2018). Recuperat de <https://www.jaimemascaro.es/>
- Maset del Lleó (2018). Recuperat de <http://www.maset.com/>
- Ministeri d'Economia, Indústria i Competitivitat (2017). *Reglament d'emmagatzemament de productes químics i les seves instruccions tècniques complementàries*. Recuperat de [https://www.boe.es/boe\\_catalan/dias/2017/07/25/pdfs/BOE-A-2017-8755-C.pdf](https://www.boe.es/boe_catalan/dias/2017/07/25/pdfs/BOE-A-2017-8755-C.pdf)
- Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. *Programas de apoyo* (2018). Recuperat de <http://www.mapama.gob.es/es/agricultura/temas/regulacion-de-los-mercados/organizaciones-comunes-de-mercado-y-regimenes-de-ayuda/ocm-vitivinicola/programa-apoyo.aspx>
- Món del Cava (2018). *Pupitre 120 botellas*. Recuperat de <http://mondelcava.com/botiga/ca/pupitres/315-pupitre-120-botellas.html>
- Morell, C. (23 febrer 2018). El vi català ja lidera el consum en la restauració: l'INCACI descarta el boicot per part del mercat espanyol en el sector del vi. *El Punt Avui*. Recuperat de <http://www.elpuntavui.cat/economia/article/18-economia/1345028-el-vi-catala-ja-lidera-el-consum-en-la-restauracio.html>
- Movistar+ (2018). Recuperat de <http://www.movistar.es/particulares/oferta-combinada/fusion/>

- Observatorio Español del Mercado del Vino (2017). Recuperat de <http://www.oemv.es/esp/-oemv.php>
- PC Componentes (2018). *Siemens Gigaset A120 Trio Telefono Inalámbrico*. Recuperat de [https://www.pccomponentes.com/siemens-gigaset-a120-trio-tel-fono-inal-mbrico?gclid=CjwKCAjww6XXBRByEiwAM-ZUINULUIFgDo3e1Q8ITVuyVYP7lyVE3Mlu-pQ8xQqLotCPh3SE04FG6RoCZOQAvD\\_BwE](https://www.pccomponentes.com/siemens-gigaset-a120-trio-tel-fono-inal-mbrico?gclid=CjwKCAjww6XXBRByEiwAM-ZUINULUIFgDo3e1Q8ITVuyVYP7lyVE3Mlu-pQ8xQqLotCPh3SE04FG6RoCZOQAvD_BwE)
- PCExpansion (2018). *Canon Maxify Mb2750 Wifi*. Recuperat de [http://www.pcxpansion.es/canon-maxify-mb2750-wifi.php?gclid=CjwKCAjww6XXBRByEiwAM-ZUIFtc3mmwOaK0fZ11pxZWjG7fmWfC7oDIqpQyGSQ26gfXzXV8xggZAxoCuL4QAvD\\_BwE](http://www.pcxpansion.es/canon-maxify-mb2750-wifi.php?gclid=CjwKCAjww6XXBRByEiwAM-ZUIFtc3mmwOaK0fZ11pxZWjG7fmWfC7oDIqpQyGSQ26gfXzXV8xggZAxoCuL4QAvD_BwE)
- Population Pyramid (2018). *Piràmide de població espanyola*. Recuperat de <https://www.populationpyramid.net/es/espa%C3%B1a/2017/>
- PRINDO (2018). *Canon Multipack*. Recuperat de [https://www.prindo.es/Articulo/Paquete-Multiple/Canon-Multipack-CLI-551-cmybk/?spc=ES-GS-1705-Pr&gclid=CjwKCAjww6XXBRByEiwAM-ZUIKS-bfzrsSekvpgoZ5zqQ35zQUYpID5Wg8vPx6s9GYIjj02JSIZkaRoCVGoQAvD\\_BwE](https://www.prindo.es/Articulo/Paquete-Multiple/Canon-Multipack-CLI-551-cmybk/?spc=ES-GS-1705-Pr&gclid=CjwKCAjww6XXBRByEiwAM-ZUIKS-bfzrsSekvpgoZ5zqQ35zQUYpID5Wg8vPx6s9GYIjj02JSIZkaRoCVGoQAvD_BwE)
- Redacció Expansión (30 gener 2017). Aumenta la creación de empresas en España. *Expansión*. Recuperat de <http://www.expansion.com/pymes/2017/01/30/588f271922601d7b418b4612.html>
- Registre Mercantil Central (2018). *Denominaciones sociales*. Recuperat de <http://www.rmc.es/IntroDenominaciones.aspx>
- Requena, R. (2014). *Panenka, un gol a la crisis del periodisme en papel*. (Treball fi de grau). Recuperat de [https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2014/126239/TFG\\_Roger\\_Requena\\_Marcet.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2014/126239/TFG_Roger_Requena_Marcet.pdf)
- Revista Vinetur (2017). *¿Quién bebe vino en España?*. Recuperat de <https://www.vinetur.com/2017011326795/quien-bebe-vino-en-espana.html>

- Revista Vinetur (2018). *El Gobierno de España aprueba más de 1000 millones de euros en ayudas para el sector del vino*. Recuperat de <https://www.vinetur.com/2018012346011/el-gobierno-de-espana-aprueba-mas-de-1000-millones-de-euros-en-ayudas-para-el-sector-del-vino.html>
- SOREA (2018). Recuperat de <http://www.sorea.cat/ca/empreses/oficina-virtual>
- TAX Catalunya (2018). *Ajuts a inversions en el sector vitivinícola només a Catalunya*. Recuperat de <https://www.tax.es/ca/actualitat/ajudes-i-subsencions/ajuts-a-inversions-en-el-sector-vitivinicola-nomes-a-catalunya.html>
- Tienda Invia (2018). *Equipo completo para hacer vino*. <http://www.tiendainvia.com/es/2113-equipo-completo-para-elaboracion-de-vino>
- Tienda INVIA (2018). *Proceso elaboración vino tinto*. Recuperat de <https://www.invia1912.com/soporte/procesos-elaboracion/vino-tinto/>
- VINALIUM (2017). *La Navidad, época de gran consumo*. Recuperat de <http://vinalium.com/es/la-navidad-epoca-gran-consumo/>
- Viveros, B. (7 octubre 2014). *¿Cuánto cuesta montar una pequeña bodega?*. *Vitivinicultura*. Recuperat de <http://www.vitivinicultura.net/cuanto-cuesta-montar-una-pequena-bodega-bodegas-garaje.html>
- Womenalia (2017). *12 datos que muestran el potencial de eCommerce en España*. Recuperat de <https://www.womenalia.com/es/womenat/367-ecommerce/9606-e-commerce-espana-datos-2017>